

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Допускається до захисту

Зав. кафедри менеджменту

д-р екон. наук, професор Ю. С. Гринчук

« 25 » листопада 2020 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПП «ФАВОРИТ»

Виконала: Бадовська Ірина Сергіївна

Керівник: д. е. н., професор Гринчук Ю.С.

Рецензент: к. е. н., доцент Понедільчук Т.В.

АНОТАЦІЯ

Бадовської Ірини Сергіївни. Удосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства

Розуміння і використання концепції маркетингу в управлінні підприємством є невід'ємним елементом ефективної підприємницької діяльності. Якісна і соціальна складова маркетингу в управлінні величезна – він зумовлює високоприбуткову ритмічну діяльність суб'єктів господарювання. Практика господарювання підприємств України свідчить про те, що впровадження маркетингу хоча й набуває все більшого поширення, але повною мірою ще не використовуються всі форми управління маркетинговою діяльністю, частіше це робиться хаотично, безсистемно, або недостатньо кваліфікованими фахівцями.

Мета магістерської роботи полягає у систематизації теоретичних засад та розробці практичних рекомендацій щодо удосконалення управління маркетинговою діяльністю ПП «Фаворит».

Досягнення визначеної мети зумовило необхідність послідовного розв'язання таких завдань:

- 1) визначення сутності та особливостей управління маркетинговою діяльністю підприємства;
- 2) дослідження складових механізму управління маркетинговою діяльністю підприємства
- 3) характеристика маркетингового аналізу та маркетингового аудиту;
- 4) аналіз діяльності та ефективності організації системи управління маркетинговою діяльністю на ПП «Фаворит»;
- 5) Визначення шляхів вдосконалення управління маркетинговою діяльністю ПП «Фаворит» та розрахунок бюджету з удосконалення управління маркетинговою діяльністю ПП «Фаворит».

Об'єктом магістерської роботи є діяльність ПП «Фаворит».

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти управління маркетинговою діяльністю (на прикладі ПП «Фаворит»).

Методи дослідження. У процесі дослідження використовувалася сукупність загальних і спеціальних методів, що базуються на діалектиці розвитку ринкового господарства, зокрема, наукової абстракції, системного, структурного аналізу, індукції та дедукції, кількісного і якісного аналізу.

Інформаційно-довідковою базою дослідження стали матеріали і дані періодичного друку, монографічна та інша наукова література за темою магістерської роботи. Емпіричною базою є аналітичні дані, опубліковані в науковій літературі і періодичному друці, експертні розробки і оцінки українських і зарубіжних учених-маркетологів. В тому числі була використана фінансова звітність ПП «Фаворит».

В магістерській роботі проаналізовано діяльність та організація системи управління маркетинговою діяльністю на ПП «Фаворит», досліджено ефективність управління маркетинговою діяльністю підприємства, запропоновано шляхи вдосконалення управління маркетинговою діяльністю ПП «Фаворит». Пропозиції і рекомендації можуть бути рекомендовані до запровадження у практичну діяльність ПП «Фаворит».

Структура і обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Повний обсяг тексту магістерської роботи – 100 сторінок, таблиць – 24, рисунків – 11.

Перелік ключових слів: маркетингова діяльність, товарний асортимент, підприємство, конкурентоспроможність.

ANNOTATION

Badovskaya Irina Sergeevna. Improving the management of marketing activities of the enterprise

Relevance of the topic. Understanding and using the concept of marketing in the management of an enterprise is an integral part of effective entrepreneurial activity. The qualitative and social component of marketing in management is enormous - it determines the highly profitable rhythmic activity of business entities. The practice of managing the enterprises of Ukraine shows that the introduction of marketing, although it is becoming more widespread, but not all forms of marketing activity management are used in full, more often it is chaotic, unsystematic, or not sufficiently skilled.

The purpose and tasks of the study. The purpose of the master's thesis is to systematize the theoretical foundations and develop practical recommendations for improving the management of marketing activities of PP "Favorit".

Achievement of the determined goal has determined the need for a consistent solution of the following tasks: 1) determination of the essence and peculiarities of management of the marketing activity of the enterprise; 2) research of components of the mechanism of management of marketing activity of the enterprise; 3) the characteristic of marketing analysis and marketing audit; 4) analysis of the activity and effectiveness of the organization of the marketing management system at PP "Favorit"; 5) Determination of ways to improve the management of marketing activities of PE "Favorit" and budget calculation to improve the management of marketing activities PE "Favorit".

The object of master's work is the activity of PP "Favorit".

The subject of the study is the theoretical and practical aspects of managing marketing activities (for example, PP "Favorit").

Research methods. In the process of research, a set of general and special methods based on the dialectic of the development of a market economy, in particular, scientific abstraction, systemic, structural analysis, induction and deduction, quantitative and qualitative analysis, was used. Information and reference base of the study were materials and data of periodicals, monographic and other scientific literature on the theme of master's work. An empirical base is analytical data published in scientific literature and periodicals, expert development and evaluation of Ukrainian and foreign marketers. Including the financial statements of PP "Favorit" were used.

Results, their novelty, theoretical and practical significance. The master's work analyzes the activities and organization of marketing management system at PP "Favorit", analyzes the effectiveness of management of marketing activities of the enterprise, suggests ways to improve the management of marketing activities of PP "Favorit".

Proposals and recommendations may be recommended for introduction into the practical activities of PE "Favorit". Recommendations for using the results of work with the indication of the scope of application. The formulated and substantiated provisions and recommendations are the basis for solving theoretical and practical problems of organization and improvement of management of marketing activity of the enterprise.

Structure and scope of work. The work consists of an introduction, three sections, conclusions, list of sources used. Full text of master's thesis - 100 pages, tables - 24, drawings - 11.

The key words: marketing activity, product range, enterprise, competitiveness.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. Теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємства.....	9
1.1. Поняття, зміст і завдання маркетингової діяльності підприємства....	9
1.2. Механізм управління маркетинговою діяльністю на підприємстві....	20
1.3. Аналіз і аудит маркетингової діяльності підприємства.....	27
РОЗДІЛ 2. Аналіз діяльності та організації системи управління маркетинговою діяльністю на ПП «Фаворит».....	33
2.1. Організаційно-економічна характеристика ПП «Фаворит».....	33
2.2. Дослідження ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства.....	53
2.3. Оцінка процесу управління маркетинговою діяльністю підприємства	59
РОЗДІЛ 3. Визначення шляхів вдосконалення управління маркетинговою діяльністю ПП «Фаворит».....	69
3.1. Основні напрямки вдосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства.....	69
3.2. Обґрунтування заходів і розрахунок бюджету з удосконалення управління маркетинговою діяльністю ПП «Фаворит».....	82
ВИСНОВКИ.....	93
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	96
ДОДАТКИ.....	101