
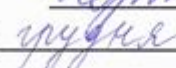



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Допускається до захисту.
Зав. кафедри менеджменту
докт. економ. наук, професор
 Ю. С. Гринчук
« 18 »  2023 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ ДОСЛІДЖЕННЯМИ ТА
МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ
УМОВАХ (НА МАТЕРІАЛАХ ПРАТ «МЗВКК» М. МИРОНІВКА)

Виконав: Федоренко Дмитро Владиславович 

Керівник: доцент Вихор Микола Васильович 

Рецензент: доцент  Жаган Оксана Олександрівна


Я, Федоренко Дмитро Владиславович, засвідчую, що кваліфікаційну роботу магістра виконано з дотриманням принципів академічної доброчесності.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Затверджую.

гарант ОПП «Менеджмент»

 професор Ю. С. Гринчук
«19» грудня 2022 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу магістра
Федоренка Дмитра Вячеславовича

Тема: «Управління маркетинговими дослідженнями та маркетинговою діяльністю підприємств в сучасних умовах (на матеріалах ПрАТ «МЗВКК» м. Миронівка).»

Перелік питань, що розробляються в роботі: розкрити теоретичну сутність маркетингової діяльності підприємств як об'єкта управління; охарактеризувати передумови формування системи управління маркетинговими дослідженнями та маркетинговою діяльністю підприємств; визначити методичні підходи до управління маркетинговою діяльністю підприємств.

Дослідити практичні аспекти функціонування системи управління маркетинговою діяльністю у ПрАТ «МЗВКК» та виявити основні закономірності її побудови, сильні сторони та проблеми. Сформулювати пропозиції, спрямовані на подальше удосконалення інструментарію та методів управління маркетинговими дослідженнями та маркетинговою діяльністю підприємства.

Вихідні дані: закони України, правові та нормативні акти Верховної Ради та Кабінету Міністрів України, матеріали Міністерства економіки та Державного комітету статистики України, опубліковані дані галузевих статистичних досліджень, звітні матеріали ПрАТ «МЗВКК», монографічні і періодичні українські та зарубіжні видання.

Календарний план виконання роботи

Етап виконання	Період виконання	Відмітка про виконання
Огляд літератури	січень-лютий 2023	виконано
Теоретико-методична частина	березень-квітень 2023	виконано
Аналітична частина	травень-липень 2023	виконано
Рекомендаційна частина	серпень-вересень 2023	виконано
Оформлення роботи	жовтень 2023	виконано
Перевірка на плагіат	листопад 2023	виконано
Попередній розгляд на кафедрі	листопад 2023	виконано
Подання на рецензування	грудень 2023	виконано

Керівник:

доцент М. В. Вихор

Здобувач:

Д. В. Федоренко

Дата отримання завдання «19» грудня 2022 року

РЕФЕРАТ

Федоренко Д. В. «Управління маркетинговими дослідженнями та маркетинговою діяльністю підприємств в сучасних умовах (на матеріалах ПрАТ «МЗВКК» м. Миронівка)».

Кваліфікаційна робота магістра: 103 с., 17 рис., 21 табл., 50 джерел.

Ключові слова: *маркетинг, маркетингова діяльність, маркетингова стратегія, управління, менеджмент, збутова діяльність, збут, компоненти маркетингу.*

Об'єктом дослідження є процес управління маркетинговими дослідженнями та маркетинговою діяльністю підприємств.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти управління маркетинговими дослідженнями та маркетинговою діяльністю підприємств.

Метою роботи є узагальнення теоретико-методичних положень та розроблення практичних рекомендацій щодо вдосконалення маркетингової діяльності та маркетингових досліджень підприємства. Конкретні дослідження здійснювалися на матеріалах ПрАТ МЗВКК.

Методи дослідження. Для розв'язання визначених в роботі завдань, досягнення мети використовувався комплекс взаємодоповнюючих методів дослідження, а саме: метод порівняльного аналізу та узагальнення - для визначення сутності маркетингової діяльності підприємств як об'єкта управління, метод системного аналізу – для вивчення передумов системи управління маркетинговою діяльністю, статистичний та візуально-графічний методи – для відображення тенденцій розвитку та економічно-фінансового стану ПрАТ «МЗВКК».

Виявлено теоретичну сутність маркетингової діяльності підприємств як об'єкта управління. Охарактеризовані передумови формування системи управління та методи управління маркетинговою діяльністю підприємств.

Досліджено практичні аспекти функціонування системи управління маркетинговою діяльністю на прикладі ПрАТ «МЗВКК» та виявлено основні закономірності побудови системи управління маркетинговою діяльністю підприємства. Зроблено висновок, що система управління маркетингом у будь-якому підприємстві, не зважаючи на його галузеву приналежність, займає ключове місце у розробленні стратегічних напрямків діяльності підприємства.

Сформульовані рекомендації, спрямовані на подальше удосконалення інструментарію та методів управління маркетинговими дослідженнями та маркетинговою діяльністю підприємства.

ABSTRACT

Fedorenko D. “Management of marketing research and marketing activities of enterprises in modern conditions (based on the materials of PrJSC "MZVKK" in Myronivka)”.

Master's qualification thesis: 103 pages, 17 figures, 21 tables, 50 sources.

Keywords: *marketing, marketing activity, marketing strategy, management, management, sales activity, sales, marketing components.*

The object of the research is the process of managing marketing research and marketing activities of enterprises.

The subject of the research is theoretical, methodical and practical aspects of management of marketing research and marketing activities of enterprises.

The purpose of the work is to generalize the theoretical and methodological provisions and develop practical recommendations for improving the marketing activities and marketing research of the enterprise. Specific studies were carried out on the materials of PrJSC МІЗВКК.

Research methods. For solution defined in work tasks, achievement goals was used complex complementary methods research, and exactly: method comparative analysis and generalization - for determination of the essence of marketing activity of enterprises as an object of management, method systemic analysis – for studying the prerequisites of the marketing activity management system, statistical and visual-graphic methods – for reflection trends development and economic and financial condition of PrJSC "MZVKK".

The theoretical essence of the marketing activity of enterprises as an object of management has been revealed. The prerequisites for the formation of the management system and the methods of managing the marketing activities of enterprises are characterized.

The practical aspects of the functioning of the management system of marketing activity were studied on the example of PrJSC "MZVKK" and the main regularities of the construction of the management system of the marketing activity of the enterprise were revealed. It was concluded that the marketing management system in any enterprise, regardless of its industry affiliation, occupies a key place in the development of strategic directions of the enterprise.

Formulated recommendations aimed at further improvement of tools and methods of management of marketing research and marketing activities of the enterprise.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ.....	10
1.1. Теоретична сутність маркетингової діяльності підприємств як об'єкта управління.....	10
1.2. Передумови формування системи управління маркетинговою діяльністю підприємств.....	21
1.3. Сутність, функції та методи управління маркетинговою діяльністю підприємств.....	26
Висновки до розділу 1.....	35
РОЗДІЛ 2 ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПрАТ «МЗВКК».....	34
2.1. Організаційно-економічна характеристика МЗВКК.....	34
2.2. Оцінка маркетингового середовища функціонування МЗВКК.....	49
2.3. Стан та ефективність управління маркетинговою діяльністю підприємства.....	56
Висновки до розділу 2.....	69
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ МЗВКК.....	71
3.1. Вдосконалення інструментарію та методів маркетингових досліджень підприємства.....	71
3.2. Розроблення та вдосконалення маркетингової стратегії підприємства.....	76
3.3. Вдосконалення системи збуту та збутової політики підприємства.....	82
Висновки до розділу 3.....	90
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	91
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	94
ДОДАТКИ.....	99

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дмитрієв І. А., Кирчата І. М., Шершенюк О. М. Конкуренентоспроможність підприємства : навчальний посібник. Х.: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
2. Козирєва О. В., Зоїдзе Д. Р. Менеджмент підприємства (за видами економічної діяльності) : навч. посіб. Нац. фармацевт. ун-т, каф. менеджменту і адміністрування. Харків: Вид-во Іванченка І. С., 2019. 162 с.
3. Лазаренко Т. В., Пермінова Т. В. Основи менеджменту: Конспект лекцій: навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування». Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021.166 с.
4. Леськів Г. З., Франчук В. І., Левків Г. Я., Гобела В. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2022. 220 с.
5. Панченко В. А., Галета Я. В., Черненко О. В. Основи менеджменту : навч. посіб. Дніпро: Середняк Т. К., 2019. 451 с.
6. Грушева А. А., Вітренко Л. О. Менеджмент : навч. посіб. Ун-т держ. фіск. служби України. Ірпінь: УДФСУ, 2020. 308 с.
7. Мартинович Н. О., Горник В. Г., Бойченко Е. Б. Маркетингові дослідження : навчальний посібник. Київ: Видавництво Людмила, 2021. 323 с.
8. Приймак Н. С. Менеджмент організацій : методичні рекомендації з вивчення дисципліни. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2022. 71 с.
9. Крижко О. В., Побережна С. М. Особливості стимулювання збуту на підприємстві залежно від суб'єктів стимулювання. *Економіка. Менеджмент. Бізнес.* 2020. № 1 (31). С. 141-148
10. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник. Київ : Лібра, 2018. 720 с.
11. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика : підручник. Луцьк: Волиньполіграф, 2022. 408 с.
12. Ковальська Л. Л. Економіка підприємства : підручник. Київ: Кондор, 2020. 700 с.

13. Дудар В. Ю. Управління маркетингом : навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. 85 с.
14. Самойленко І. О. Менеджмент організацій : підручник. Харків: ХАІ, 2020. 279 с.
15. Єрошенко М. М. Маркетинг для магістрів : навч. посібник. К. : Національна академія управління, 2020. 320 с.
16. Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навч. посібник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
17. Мошек Г. Є., Федоренко В. Л., Соломко А. С. Менеджмент організації. Теорія та практика : навч. посіб. Київ : Ліра-К, 2020. 419 с.
18. Іваненко Л. М., Боєнко О. Ю. Маркетинг : навч. посібник. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022. 362 с.
19. Зубченко В. В. Фінанси підприємств: навч-метод. посіб. Біла Церква : БНАУ, 2020. 106 с.
20. Грідін О. В. Операційний менеджмент : методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни. Харків: 2022. 118 с.
21. Крупка М. І., Ковалюк О. М., Коваленко В. М. Фінансовий менеджмент : підручник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 440 с.
22. Гречко А. А. Економіка підприємства: розрахункова робота: навч. посіб. для студ. спеціальності 051 «Економіка». Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 57 с.
23. Єпіфанова І. Ю. Управління інноваційною діяльністю промислових підприємств: теоретико-методологічні аспекти фінансового забезпечення : монографія. Вінниця: ВНТУ, 2019. 384 с.
24. Ліпич Л. Г. Економіка підприємства : підручник. Луцьк: Вежа-Друк, 2021. 768 с.
25. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
26. Ситник Н. С. Фінанси підприємств : навчальний посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 402 с.

27. Іванченко Н. А., Борисова Т. С. Маркетинг : навч. посібник. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с.
28. Мельник Л. Г. Економіка і бізнес : підручник. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.
29. Аранчій В. І., Томілін О. О., Дорогань-Писаренко Л. О. Фінансовий менеджмент : навч. посібник. Полтава: РВВ ПДАУ, 2021. 300 с.
30. Нескуба Т. В., Мкртичян О. М. Маркетингове планування : Конспект лекцій. Харків: УкрДУЗТ, 2020. 65 с.
31. Сендецька С. В. Маркетингова політика розподілу : методичні рекомендації для виконання практичних завдань. Львів, 2019. 52 с.
32. Краснокутська Н. С. Менеджмент : навч. посіб. для екон. спец. закл. вищ. освіти. Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків: Друкарня Мадрид, 2019. 230 с.
33. Нікола С. О. Фінанси підприємств : навч. посіб. Одеса : Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2020. 206 с.
34. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу інноваційної продукції промислових підприємств : монографія. Київ: «Центр учбової літератури», 2019. 462 с.
35. Гавриш Ю. О. Маркетинг: навчально-методичний комплекс : навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент», освітні програми «Логістика», «Менеджмент міжнародного бізнесу», «Менеджмент і бізнес-адміністрування». Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 298 с.
36. Рожко В. І. Управління каналами розподілу та збуту : методичні рекомендації. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. 45 с.
37. Гурочкіна В. В., Лазебник Л. Л. Економіка підприємства. Ірпінь: Університет ДФС України, 2021. 426 с.
38. Монастирський Г. Л. Теорія організації : підручник. Тернопіль: Крок, 2019. 368 с.
39. Олексенко Л. В. Маркетингова політика розподілу: навч. посібник. Київ : Видавництво Ліра. К, 2018. 468 с.

40. Кібік О. М., Котлубай В. О., Хаймінова Ю. В., Нестерова К. С., Калмикова Н. Ю. Маркетинг : навч.-метод. посібн. Одеса, 2020. 68 с.

41. Снітко Є. О., Завгородня Є. Є. Операційний менеджмент : навч-метод. посібник для самостійної роботи здобувачів вищої освіти денної, заочної форми навчання та дистанційного. Старобільськ: Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2021. 184 с.

42. Конституція України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>

43. Податковий Кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

44. Господарський кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>

45. Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини : Закон України від 06.09.2005 р. № 2809-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2809-15#Text>

46. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 07.06.1996 р. № 236/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80>

47. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність України : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>

48. Про ціни та ціноутворення : Закон України від 21.06.2012 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text>

49. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 р. №270/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>

50. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 р. №1023-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>