

Міністерство освіти та науки України
Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет документальних комунікацій, менеджменту, технологій та фізики
Кафедра економіки та управління бізнесом

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

на тему:

**«ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ У КОНТЕКСТІ
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
(НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»))»**

Виконав: здобувач
вищої освіти
гр. Мг маг-2, д. ф. н.
**Величко Станіслав
Вікторович**

Керівник: к.е.н., доц.
**Паламарчук Оксана
Степанівна**

Рецензент: д.е.н., проф.
**Пелех Оксана
Богданівна**

АНОТАЦІЯ

Тема: Формування маркетингової стратегії у контексті соціальної відповідальності підприємства (на прикладі ТОВ «Епіцентр К»).

Кваліфікаційна робота розміщена на 86 сторінках друкованого тексту, містить 26 рисунків, 6 таблиць, перелік посилань із 42 джерел на 4 сторінках.

Ключові слова: стратегія, маркетингова стратегія, маркетингове середовище, соціальна відповідальність, бізнес, підприємство, суспільство.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи виступає товариство з обмеженою відповідальністю «Епіцентр К».

Предметом дослідження є система управління підприємством.

Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, 3 розділів, висновків та додатків.

У **вступі** обґрунтовано актуальність обраної теми, сформульовано мету і завдання дослідження, вказано об'єкт і конкретизовано предмет дослідження.

Перший розділ розкриває зміст теоретичних основ формування маркетингової стратегії підприємства із застосуванням соціальної відповідальності. Досліджено концепцію соціальної відповідальності, проаналізовано законодавство України та міжнародні договори стосовно її впроваджень.

У **другому розділі** досліджено загальний фінансово-економічний стан та розглянуто програми соціальної відповідальності ТОВ «Епіцентр К».

У **третьому розділі** обґрунтовано вплив програми корпоративної соціальної відповідальності на формування маркетингової стратегії ТОВ «Епіцентр К», проаналізовано проблеми та виклики, з якими стикається підприємство, запропоновано шляхи удосконалення щодо формування його маркетингової стратегії.

Висновки містять основні пропозиції та рекомендації, що сприятимуть формуванню маркетингової стратегії ТОВ «Епіцентр К» із дотриманням соціальної відповідальності ведення бізнесу.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	10
1.1. Стратегія як елемент управління маркетингом	10
1.2. Поняття соціальної відповідальності бізнесу	14
1.3. Особливості українського законодавства та міжнародних стандартів у регулюванні соціальної відповідальності підприємств	27
<i>Висновки за розділом 1.....</i>	<i>34</i>
 РОЗДІЛ II. ОЦІНЮВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К».....	36
2.1. Характеристика виробничо-господарської діяльності ТОВ «Епіцентр К»	36
2.2. Оцінювання зовнішнього середовища та його вплив на рівень соціальної відповідальності ТОВ «Епіцентр К»	43
2.3. Вивчення впливу соціальної відповідальності на лояльність споживачів та імідж бренду ТОВ «Епіцентр К»	50
2.4. SWOT- аналіз діяльності ТОВ «Епіцентр К»	56
<i>Висновки за розділом 2.....</i>	<i>59</i>
 РОЗДІЛ III. АНАЛІЗ ПРОГРАМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» ПРИ ФОРМУВАННІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ	62
3.1. Характеристика програми впровадження соціальної відповідальності ТОВ «Епіцентр К».....	62
3.2. Виявлення проблем та викликів ТОВ «Епіцентр К» при реалізації програми соціальної відповідальності ведення бізнесу	70
3.3. Удосконалення шляхів формування маркетингової стратегії за рахунок підвищення рівня соціальної відповідальності ТОВ «Епіцентр К»	75

<i>Висновки за розділом 3</i>	<i>80</i>
ВИСНОВКИ	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	85
ДОДАТКИ	89