

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:

**«МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ РИНКОВОГО
ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ СІМЕЙНОЇ ПІЦЕРІЇ
«ДРОВА»))»**

Виконав: здобувач вищої освіти
гр. Мг маг–2, д. ф. н.
Коханюк Максим Ігорович

Керівник: к.е.н., доц. **Стрільчук
Руслан Миколайович**

Рецензент: д.е.н., проф. **Паламарчук
Оксана Степанівна**

АНОТАЦІЯ

Тема: Маркетингове забезпечення розвитку ринкового потенціалу підприємства (на прикладі Сімейної піцерії «Дрова»).

Кваліфікаційна робота розміщена на 78 сторінках друкованого тексту (без списку використаних джерел), містить 8 рисунків, 17 таблиць, перелік посилань із 32 джерел на 3 сторінках.

Ключові слова: маркетингове забезпечення, ринковий потенціал, маркетингова стратегія, конкурентоспроможність, підприємство, ресторанні послуги.

Об'єктом дослідження є система маркетингового забезпечення діяльності Сімейної піцерії «Дрова».

Предметом дослідження є процеси формування та вдосконалення маркетингових стратегій для розвитку ринкового потенціалу підприємства.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 2 розділів, висновків.

У вступі обґрунтовано актуальність теми, визначено мету, завдання дослідження, об'єкт і предмет, а також методи, які використовувалися.

Перший розділ присвячений аналізу теоретичних основ маркетингового забезпечення. Розглянуто поняття «ринковий потенціал», фактори його формування та роль сучасних маркетингових інструментів, таких як CRM-системи, цифровий маркетинг і маркетингові дослідження, у досягненні конкурентних переваг. Особливу увагу приділено адаптації бізнесу до змін ринкового середовища.

Другий розділ містить аналіз маркетингової діяльності Сімейної піцерії «Дрова». Проведено оцінку фінансово-економічних показників підприємства, виявлено сильні й слабкі сторони маркетингової стратегії. Вивчено вплив конкурентного середовища та зовнішніх факторів, визначено напрями для вдосконалення маркетингової діяльності на основі досліджень споживацьких уподобань.

Висновки узагальнюють результати дослідження та пропонують рекомендації щодо вдосконалення маркетингової стратегії. Зокрема, йдеться про впровадження CRM-системи, розвиток цифрових каналів, створення програми лояльності та підвищення ефективності маркетингових заходів для зміцнення позицій підприємства на ринку.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ РИНКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	9
1.1. Сутність ринкового потенціалу підприємства та його значення у сучасному бізнесі.....	9
1.2. Концептуальні підходи до маркетингового забезпечення розвитку підприємств.....	19
1.3. Інструменти маркетингового забезпечення та їх ефективність.....	29
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ РИНКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІМЕЙНОЇ ПІЩЕРІ «ДРОВА».....	35
2.1. Загальна характеристика та особливості діяльності підприємства.....	35
2.2. Аналіз фінансово-економічного стану та конкурентного середовища підприємства.....	41
2.3. Дослідження маркетингової діяльності та її впливу на розвиток підприємства.....	51
2.4. Пропозиції щодо вдосконалення маркетингового забезпечення для підвищення ринкового потенціалу підприємства.....	62
2.5. Оцінка ефективності запропонованих заходів.....	70
ВИСНОВКИ.....	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	79