

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Факультет документальних комунікацій, менеджменту, технологій та
фізики**

Кафедра документальних комунікацій та менеджменту

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 073 «Менеджмент»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

на тему :

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА (на прикладі ТОВ «ТПК «ПАССАЖ»)

Виконав:

здобувач спеціальності 073 Менеджмент,
денної форми навчання
Бедек Володимир Михайлович

Науковий керівник:

д. е. н., професор кафедри документальних
комунікацій та менеджменту
Микитин Тарас Миронович

Рецензент:

к. е. н., доцент кафедри документальних
комунікацій та менеджменту
Поляк Катерина Юріївна

Рівне 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. Теоретико-методичні засади управління маркетинговою діяльністю підприємства.....	8
1.1. Сутність, роль і значення маркетингової діяльності у системі управління підприємством.....	8
1.2 Основні елементи системи управління маркетинговою діяльністю підприємств	16
1.3. Сучасні підходи до оцінювання ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства.....	24
РОЗДІЛ 2. Аналіз управління маркетинговою діяльністю ТОВ «ТПК «ПАССАЖ».....	33
2.1. Загальна характеристика ТОВ «ТПК «ПАССАЖ», його ринкового середовища.....	33
2.2. Оцінка фінансово-господарського потенціалу ТОВ «ТПК «ПАССАЖ».....	37
2.3. Оцінка ефективності управління маркетинговою діяльністю ТОВ «ТПК «ПАССАЖ».....	49
РОЗДІЛ 3. Засади удосконалення управління маркетинговою діяльністю ТОВ «ТПК «ПАССАЖ».....	63
3.1. Обґрунтування напрямів удосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства.....	63
3.2. Розробка та впровадження пропозицій щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності.....	66
3.3. Економічне обґрунтування та оцінка ефективності запропонованих заходів.....	73
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80
ДОДАТКИ.....	85

АНОТАЦІЯ.

Бедек В.М. «Удосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства (на прикладі ТОВ «ТПК «ПАССАЖ»))» – Рукопис. Кваліфікаційна робота на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 073 «Менеджмент» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» – РДГУ, Рівне, 2025.

Кваліфікаційну роботу присвячено обґрунтуванню теоретико-методичних і прикладних аспектів удосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства в умовах динамічного та нестабільного ринкового середовища.

У роботі розкрито теоретичні засади маркетингу та маркетингової діяльності як ключової складової системи управління підприємством, систематизовано підходи до трактування сутності маркетингу, маркетингового менеджменту та управління маркетинговою діяльністю. Узагальнено функції, підсистеми й інструменти маркетингового управління, а також розглянуто сучасні методи оцінювання ефективності маркетингової діяльності на основі фінансово-економічних, ринкових і управлінських показників.

Теоретико-методичні положення дослідження застосовано у процесі аналізу діяльності ТОВ «ТПК «ПАССАЖ» – торговельно-побутового комплексу, що функціонує на локальному ринку комерційної нерухомості. Надано загальну характеристику підприємства, проаналізовано фінансово-господарські показники, конкурентне середовище та систему управління маркетинговою діяльністю. За результатами аналізу виявлено основні проблеми, зокрема недостатній рівень цифровізації маркетингових процесів, обмеженість аналітичного супроводу, відсутність системної CRM-платформи та потребу в посиленні брендингової й комунікаційної активності.

На основі проведеного дослідження розроблено програму удосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства, що включає організаційно-аналітичний, комунікаційно-брендинговий та ціново-стимулюючий і партнерський напрями. Запропоновані заходи мають економічне обґрунтування та спрямовані на підвищення конкурентоспроможності, прибутковості й ринкової стійкості підприємства.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, маркетинговий менеджмент, управління, ефективність, конкурентоспроможність, CRM, KPI, брендинг, digital-маркетинг, комунікації, орендна політика, партнерство, торговельно-побутовий комплекс, комерційна нерухомість, ринок, стратегія, розвиток.