

Міністерство освіти і науки України
Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет менеджменту, економіки та природничо-технологічної освіти
Кафедра документальних комунікацій та менеджменту

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 073 «Менеджмент»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»**

**на тему: «Управління маркетинговою діяльністю (за матеріалами
ПП «Геральдика», м. Дубно Рівненської обл.)»**

Виконала: здобувачка першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти
4 курсу групи МО-4
заочної форми навчання
Адамчук Вікторія Миколаївна

Керівник: кандидат
економічних наук, доцент кафедри
документальних комунікацій та
менеджменту
Поліщук Олена Юріївна

Рецензент: кандидат
економічних наук, доцент кафедри
документальних комунікацій та
менеджменту
Хижнякова Надія Олександрівна

Зміст

Вступ.....	3
1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ.....	6
1.1 Сутність маркетингової діяльності підприємства та її роль у системі управління.....	6
1.2. Система управління маркетинговою діяльністю підприємства	10
1.3 Методи оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства.....	14
2 УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПП «ГЕРАЛЬДИКА».....	17
2.1 Загальна характеристика ПП «Геральдика»	17
2.2 Аналіз фінансових результатів та фінансового стану ПП «Геральдика».....	21
2.3 Аналіз основних складових маркетингової діяльності ПП «Геральдика».....	33
2.4 Особливості управління маркетинговою діяльністю на ПП «Геральдика».....	45
2.6 Оцінка ефективності управління маркетинговою діяльністю ПП «Геральдика».....	47
2.7 Пропозиції щодо удосконалення управління маркетинговою діяльністю ПП «Геральдика»	49
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	52
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ.....	55

Вступ

У сучасних умовах розвитку ринкової економіки та посилення конкуренції ефективно управління маркетинговою діяльністю підприємства є одним із ключових чинників забезпечення його стійкого розвитку та підвищення конкурентоспроможності.

Маркетингова діяльність представляє собою одну з найважливіших функцій успішної діяльності компанії, яка покликана формувати конкурентоспроможність, враховуючи внутрішні та зовнішні фактори впливу. Для досягнення успіху у власній економічній діяльності компанії в умовах ринкових відносин необхідно бути клієнтоорієнтованою, тобто звертати увагу на споживачів та їхні потреби, конкурентів, мати гнучкість та вміти пристосуватись до постійно змінної кон'юнктури ринку [48].

Зростання ролі цифрових технологій, розвиток електронної комерції та зміна поведінки споживачів обумовлюють необхідність удосконалення маркетингових інструментів і підходів [33]. Підприємства, які функціонують у сфері виробництва одягу, зокрема спортивного, змушені постійно адаптуватися до змін модних тенденцій, впроваджувати інновації у виробництві, розширювати канали збуту та активно використовувати сучасні інструменти просування продукції.

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства ПП «Геральдика», яке здійснює виробництво текстильних виробів та спортивного одягу під торговою маркою «Gera». В умовах посилення конкуренції на ринку спортивного одягу підприємство потребує вдосконалення маркетингової політики з метою розширення ринкової частки, підвищення впізнаваності бренду та зміцнення своїх позицій.

Метою кваліфікаційної роботи бакалавра є дослідити теоретичні засади управління маркетинговою діяльністю підприємства та проаналізувати практичні аспекти її реалізації на ПП «Геральдика», а також розробити рекомендації щодо її удосконалення.

Об'єктом дослідження є приватне підприємство «Геральдика», що здійснює виробництво і реалізацію спортивного одягу та текстильних виробів і розташоване у місті Дубно Рівненської області.

Предметом дослідження є процес управління маркетинговою діяльністю підприємства.

Відповідно до поставленої мети основними завданнями роботи є:

- визначити сутність та значення маркетингової діяльності підприємства;
- розглянути основні елементи та інструменти маркетингового управління;
- дослідити сучасні підходи до формування маркетингової політики підприємства;
- охарактеризувати діяльність ПП «Геральдика»;
- проаналізувати фінансово-економічні показники підприємства;
- дослідити маркетингове середовище підприємства;
- оцінити ефективність маркетингової діяльності підприємства;
- розробити рекомендації щодо удосконалення управління маркетинговою діяльністю ПП «Геральдика».

Теоретична та методологічна база дослідження. Питання управління маркетинговою діяльністю підприємства досліджували такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як Anna K. Zarkada, Balakleiets K., Kovalevska A., Hadrian P., Milichovský F., Mráček P., Larabi S., Al-Nahdi C., Nawaz Farrukh, Luciano Augusto Toledo, Morgan Neil, Jayachandran Satish, Hulland John, Kumar Binay, Katsikeas Costas, Somosi Ágnes, Sak T., Mylko I., Ivashko O., Chulipa I., Wołowiec T., Sokołowska-Woźniak J., Syabrina Fitriyani, Martinus Tukiran, Wenjing Li, Амеліна І., Лукашенко К., Архипова Т.В., Корюгін А.В., Бондаренко Д., Британ К.В., Вовк В., Черкаський О., Горбашевська М.О., Дудар В., Єлістратов Д.О., Івасів І., Мариненко Н.Ю., Какурінов К.В., Чернікова Н.М., Долина Р.М., Какурінов К.В., Чернікова Н.М., Долина Р.М. та ін. У їхніх працях розкрито сутність маркетингу, принципи його організації, методи аналізу ринку та формування маркетингових стратегій, що дозволяє комплексно дослідити дану проблематику.

Під час виконання бакалаврської роботи були використані такі *методи дослідження*:

- теоретичні методи: аналіз, синтез, узагальнення та систематизація наукових джерел;
- метод порівняльного аналізу для оцінки позицій підприємства на ринку;
- метод фінансово-економічного аналізу для дослідження показників діяльності підприємства;
- графічний метод для наочного представлення результатів дослідження.

Під час виконання кваліфікаційної роботи було використано інструменти штучного інтелекту, зокрема ChatGPT [31], Gemini [32] та інші, відповідно до рекомендацій Міністерства освіти і науки України [46]. Їх застосування сприяло систематизації інформації, аналізу джерел та структуризації матеріалу дослідження.

Теоретичне значення дослідження полягає у поглибленні теоретичних підходів до управління маркетинговою діяльністю підприємства в сучасних умовах.

Практичне значення роботи полягає у розробці рекомендацій щодо удосконалення маркетингової діяльності ПП «Геральдика», які можуть бути використані для підвищення ефективності функціонування підприємства, зростання обсягів реалізації продукції та зміцнення його конкурентних позицій на ринку.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається з 2-х розділів, викладена на 60 сторінках друкованого тексту, містить 17 таблиць, 3 рисунки, 2 додатки та 48 використаних літературних джерел.