

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«Організація маркетингових досліджень на підприємстві»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-21зс

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Коротких Дар'я Михайлівна

ПІБ

Керівник: Мішустіна Т.С. к.е.н., доц.

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

**Дніпро
2024**

АНОТАЦІЯ

Коротких Д.М. Організація маркетингових досліджень на підприємстві

У даній роботі проведено аналіз теоретичних аспектів організації та проведення маркетингових досліджень, зокрема їх значення, цілі, методи та інструменти. Наступним етапом є аналіз маркетингової діяльності архітектурної агенції “Globeateliê LLC”, включаючи характеристику діяльності, аналіз ринку архітектурних послуг, позиціонування та SWOT-аналіз. У третьому розділі представлено проект маркетингових досліджень для архітектурної агенції “Globeateliê LLC”, результати дослідження та економічну ефективність запропонованих заходів щодо їх вдосконалення. Ключові слова: маркетингові дослідження, архітектурна агенція “Globeateliê LLC”, аналіз ринку, позиціонування, SWOT-аналіз, економічна ефективність.

SUMMARY

Korotkykh D.M. Organization of marketing research at the enterprise

This work analyzes the theoretical aspects of organizing and conducting marketing research, their meaning, goals, methods and tools. The next stage is an analysis of the marketing activities of the architecture agency “Globeateliê LLC”, including characteristics of the activity, analysis of the architecture services market, positioning and SWOT analysis. The third section presented a project of marketing research for the architecture agency “Globeateliê LLC”, the results of the research and the economic efficiency of its implementation. Key words: marketing research, the architecture agency “Globeateliê LLC”, market analysis, positioning, SWOT analysis, economic efficiency, beauty salon.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ	9
1.1. Сутність, цілі, завдання та теоретичні підходи до маркетингових досліджень на підприємстві	9
1.2. Методологічні аспекти організації маркетингових досліджень на підприємстві	17
1.3 Значення маркетингових досліджень у процесі прийняття управлінських рішень	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА LLC “GLOBEATELIË” ТА ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	28
2.1. Загальна характеристика підприємства та аналіз його діяльності	28
2.2. Аналіз ринку на якому працює підприємство	33
2.3 Сегментування ринку	40
2.4 SWOT-аналіз підприємства	45
2.5 Оцінка організації маркетингових досліджень	46
РОЗДІЛ 3. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВДОСКОНАЛЕННЯ	55
3.1 Проект маркетингового дослідження діяльності підприємства Globeatelië LLC	55
3.2 Результати дослідження діяльності підприємства Globeatelië LLC	66
3.3 Маркетинговий бюджет запропонованих заходів та економічна ефективність	84
ВИСНОВКИ	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	94
ДОДАТКИ	102