

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ**  
**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

на тему

**«МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ  
ВДОСКОНАЛЕННЯ»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-20

Спеціальності 075 Маркетинг

*шифр і назва*

Гордєєва Дар'я Романівна

*ПІБ*

Керівник: Білотка І.А., канд. е. н., доцент

*прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання*

**Дніпро**

**2024**

## АНОТАЦІЯ \*

**Гордєєва Д.Р. Маркетингова діяльність підприємства та шляхи її вдосконалення.**

У даній роботі досліджуються теоретичні аспекти маркетингової діяльності підприємства, а також проводиться аналіз стану маркетингової діяльності та розробляються шляхи її вдосконалення на прикладі ТОВ "ФАБЕРГ". У першому розділі розглядається значення та роль маркетингу для підприємства, основні елементи маркетингової стратегії та використання маркетингових інструментів у формуванні бренду та просуванні продукції. У другому розділі наводиться характеристика господарської діяльності ТОВ "ФАБЕРГ", а також проводиться аналіз ринку, позиціонування, SWOT-аналіз та аналіз поточних маркетингових стратегій та заходів компанії. У третьому розділі розробляються шляхи вдосконалення маркетингової діяльності, зокрема розробка та впровадження нових маркетингових стратегій, впровадження системи моніторингу та оцінки результатів, а також оцінка економічної ефективності запропонованих заходів.

**Ключові слова:** маркетингова діяльність, маркетингова стратегія, позиціонування, SWOT-аналіз, вдосконалення, конкурентоспроможність, моніторинг, ефективність.

## SUMMARY

**Gordeeva D.R. Marketing activity of the enterprise and ways of its improvement.**

This paper examines the theoretical aspects of marketing activities of an enterprise, analyzes the state of marketing activities and develops ways to improve it on the example of Faberg LLC. The first section discusses the importance and role of marketing for an enterprise, the main elements of marketing strategy and the use of marketing tools in brand building and product promotion. The second section describes the economic activities of Faberg LLC, as well as analyzes the market, positioning, SWOT analysis and analysis of the company's current marketing strategies and activities. The third section develops ways to improve marketing activities, including the development and implementation of new marketing strategies, the introduction of a system for monitoring and evaluating results, as well as assessing the economic efficiency of the proposed measures.

**Keywords:** marketing activity, marketing strategy, positioning, SWOT analysis, improvement, competitiveness, monitoring, efficiency.

## ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	8
1.1. Значення та роль маркетингу для підприємства.	8
1.2. Основні елементи маркетингової стратегії та їх вплив на позицію на ринку.	13
1.3. Використання маркетингових інструментів у формуванні бренду та просуванні продукції.	17
РОЗДІЛ 2. СТАН МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА АНАЛІЗ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ФАБЕРГ»	21
2.1. Характеристика господарської діяльності ТОВ «ФАБЕРГ».	21
2.2. Аналіз ринку на якому працює компанія ТОВ «ФАБЕРГ».	24
2.3. Позиціонування та сегментування послуг компанії.	29
2.4. SWOT-аналіз ТОВ «ФАБЕРГ».	32
2.5. Аналіз поточних маркетингових стратегій та заходів компанії.	34
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ФАБЕРГ»	39
3.1. Розробка та впровадження нових маркетингових стратегій для підвищення конкурентоспроможності.	39
3.2. Впровадження системи моніторингу та оцінки результатів для постійного вдосконалення маркетингової діяльності.	46
3.3. Економічна ефективність від запровадження запропонованих заходів.	53
ВИСНОВКИ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бугай В. З., Сидоренко В. О. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics». 2019. № 14. С. 33-38.
2. Геселева Н. В. Підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Інфраструктура ринку. 2018. Випуск 15. С. 57-63.
3. Голубко Є. В. Суть та зміст конкурентоспроможності підприємства. Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ». 2011. № 62. С. 28-33.
4. Горшкова Т. Ю. Методи розрахунку конкурентоспроможності підприємства. Вісник Дніпропетровського університету. Сер. Економіка. 2012. № 6(1). С. 101–106
5. Державна служба статистики України: статистична інформація URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Закон України «Про запобігання фінансової катастрофи та створення передумов для економічного зростання в Україні» від 27 березня 2014 р. № 1166-VII // Відомості Верховної Ради України. – 2014. – № 20-21. – Ст. 745.
7. Новікова Л. В., Чернишова Л. О. Маркетингові комунікації як складова маркетингової політики підприємства на міжнародному ринку. - Бізнес Інформ. 2018. - № 11. - С. 340–345.
8. Пахуча Е.В. Маркетингові комунікації: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» / Е.В. Пахуча // Державний біотехнологічний університет. - Х., 2022. – 62 с.
9. Петровська О. Маркетингові комунікаційні стратегії в діджитал економіці // Вісник соціально-економічних досліджень Одеського національного економічного університету. - Одеса, 2018. - №4. - С. 159-168.
10. Податковий кодекс України/ URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

11. Полковниченко С.О., Шкулепіна А.В. Маркетингове забезпечення сфери медичних послуг. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2019. №4 (20). С. 176-187
12. Райко Д.В. Стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності: методологія та організація: Монографія. – Х.: ВД ІНЖЕК, 2018. – 632 с.
13. Ратошнюк Т. М. Перспективи розвитку хмелярства України в контексті євроінтеграційних процесів // Т. М. Ратошнюк // Економіка АПК. - 2018. - № 4. - с. 59 - 62.
14. Редченко К.І. Стратегічний аналіз у бізнесі: навч. посіб. Видання 2-ге, доповнене. – Л.: «Новий Світ-2000», 2003. – 272 с.
15. Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства : колект. монографія / за наук. ред. к.е.н., проф. В.П.Пилипчука. - К.: КНЕУ. 2018. – 452 с.
16. Салига С.Я., Кирилова Л.І., Каланджи І.А. Удосконалення системи стратегічного маркетингу на підприємствах: Монографія. – Запоріжжя: Класичний приватний ун-т., 2019. – 52 с.
17. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. - Л. : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. - 347 с.
18. Suska A., Pavlychenko A., Makrickiene E., Borodin Y., Bilotkach I. (2023) *Assessment of the Condition of Forest Objects in the Territories of Armed Conflict*. Review of Economics and Finance., Vol. 21 , pp. 2415-2420.
19. Соболева-Терещенко О. А., Антонова В. О. Оцінка ефективності маркетингової діяльності в контексті розбудови програм лояльності покупців // Ефективна економіка. - 2019. - № 5.
20. Сомов Д.О. Стратегічне управління системою стійких конкурентних переваг підприємств. Бізнес Інформ. 2019. №4. С. 273-278
21. Стеценко В. В. Соціально-економічна сутність маркетингових комунікацій підприємств // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2013. - № 43. - С. 213–217.

22. Струпинська, Н. В. Методичний підхід до забезпечення ефективності маркетингової діяльності промислового підприємства / Н. В. Струпинська // Бізнес Інформ. – 2013. – № 8. – С. 379-387.

23. Томпсон. А.А., Стрікланд А .Дж. Стратегічний менеджмент. Концепції і ситуації. – М.:Інфра, 2021

24. Турченко М. О. Маркетинг : підручник / М. О. Турченко, М. Д. Швець. – Київ : Знання, 2022. – 318 с.

25. Філонов В.І. Розвиток інтегрованих форм економічного і маркетингового аналізу ефективності діяльності підприємства / В.І. Філонов // Економічні науки: зб. наук. праць. - Серія «Облік і фінанси». - Луцьк: Луцький національний технічний університет, 2022. – Вип. № 7(25). – Ч.3. - С. 479-487.

26. Холодний Г.О., Шумська Г.М. Розвиток управління маркетингом на підприємствах: монографія; за заг. ред. канд. екон. наук, доцента Холодного Г.О. Харків: Вид. ХНЕУ, 2018. 272 с.

27. Шиліпук О.Я Сучасні маркетингові інструменти підприємств в умовах Євроінтеграції / О.Я. Шиліпук, Л.П.Артеменко // Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Тенденції розвитку економіки у 2018 році: аналітичний та теоретико-методологічний аспекти ». — Київ, 1 грудня 2018 року. — С. 236.

28. Обліковий запис Instagram URL: <https://www.instagram.com/vovk.ua/>

29. Облікового запису Instagram для відгуків і підтримки URL: <https://www.instagram.com/vovk.support/>

30. Блог компанії URL: <https://vovk.com/magazine/ua/>

31. Сторінка у Facebook URL: [https://www.facebook.com/tmvovk/?locale=uk\\_UA](https://www.facebook.com/tmvovk/?locale=uk_UA)

32. Інформацію щодо доходу і прибутку підприємства взято з Інтернет-джерела: <https://vkursi.pro/card/tov-vovk-hrup-41631722>

33. <https://osvita.ua/vnz/reports/management/13736/>

34. Зробив діло: бренд «VOVK» URL: <http://www.theinsider.ua/lifestyle/55533aeca2265/>

35. Середня заробітна плата в Україні URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BD%D1%8F\\_%D0%B7%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B1%D1%96%D1%82%D0%BD%D0%B0\\_%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D1%82%D0%B0\\_%D0%B2\\_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BD%D1%8F_%D0%B7%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B1%D1%96%D1%82%D0%BD%D0%B0_%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D1%82%D0%B0_%D0%B2_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96)
36. VOVK: як побудувати бізнес з настроєм. PINK.ua URL: <https://pink.ua/VOVK-kak-postroit-biznes-s-nastroeniem/>
37. VOVK – це український бренд авторського одягу, створений сімейною парою Тетяною та Віталієм Семенченко. BrandStory URL: <https://brandstory.com.ua/dos-e/VOVK>
38. Загальна характеристика ринку одягу в Україні. Аналіз поточних тенденцій. InVenture URL: <https://inventure.com.ua/analytics/investments/rynokodezhdy-v-ukraine>
39. Ідентичність бренду URL: <https://bazilik.media/identychnist-brendu-imidzh-brendu-ta-firmovyj-styl/>
40. Навіщо проводити маркетингові дослідження URL: <http://fishka-plus.com.ua/blog/navischo-provodyty-marketyngovi-doslidzhennja.html>
41. Комплексна оцінка іміджу підприємства URL: <https://library.if.ua/book/127/8374.html>