

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«ОРГАНІЗАЦІЯ І КОНТРОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»

Виконав: здобувач 2 курсу,
групи МГ-21
Спеціальності 075 Маркетинг
Бабенко Кирило Сергійович
Керівник: Білоткач І.А., к.е.н., доц.

Дніпро

2023

АНОТАЦІЯ

Бабенко К.С. Організація і контроль маркетингової діяльності підприємства.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи розвитку організації і контролю маркетингової діяльності на підприємстві; наведено основні характеристики на основі яких формується організаційна діяльність та маркетингові контрольні функції для підприємств що працюють на ринку будівельних матеріалів та товарів для дому, на прикладі мережі магазинів «Епіцентр»; проведено аналіз зовнішнього та внутрішнього маркетингового середовища підприємства, запропоновано шляхи організації та контролю маркетингової діяльності. Отримані результати можуть бути використані при розробці маркетингових заходів підприємства, яке діє на ринку на ринку будівельних матеріалів та товарів для дому, а також у споріднених сферах.

Ключові слова: маркетинг, організація маркетингової діяльності, маркетинговий контроль, ринкова ситуація, маркетингова аналіз, зовнішнє середовище, внутрішнє середовище.

SUMMARY

Babenko K.S. Organization and control of marketing activities of the enterprise.

The qualification work examines the theoretical and methodological foundations of organizational development and control of marketing activities at the enterprise; the main characteristics on the basis of which organizational activity and marketing control functions are formed for enterprises operating in the market of building materials and household goods are given, using the example of the "Epicentr" chain of stores; an analysis of the external and internal marketing environment of the enterprise was carried out, ways of organizing and controlling marketing activities were proposed. The obtained results can be used in the development of marketing activities of the enterprise, which operates in the market of building materials and household goods, as well as in related areas.

Keywords: marketing, organization of marketing activity, marketing control, market situation, marketing analysis, external environment, internal environment.

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| ВСТУП | 6 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА КОНТРОЛЮ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ | 9 |
| 1.1. Маркетинговий підхід в управлінні сучасного підприємства | 9 |
| 1.2. Особливості організації маркетингової діяльності підприємства | 15 |
| 1.3. Процедури та інструменти контролю маркетингової діяльності | 23 |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА МЕРЕЖІ МАГАЗИНІВ ЕПІЦЕНТР | 30 |
| 2.1. Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища мережі магазинів Епіцентр | 30 |
| 2.2. Сучасний стан та загальні тенденції ринку ритейлу будівельних матеріалів | 39 |
| 2.3. Діагностика зовнішнього маркетингового середовища підприємства | 43 |
| 2.3.1. Аналіз мікросередовища..... | 43 |
| 2.3.2. Оцінка макросередовища. PEST-аналіз | 46 |
| 2.4. SWOT-аналіз та позиціонування діяльності підприємства..... | 48 |
| РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДОВАНІ НАПРЯМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА | 54 |
| 3.1. Маркетингове дослідження уподобань споживачів підприємства | 54 |
| 3.2. Пропозиція заходів щодо оптимізації організації маркетингової діяльності | 61 |
| 3.3. Рекомендації щодо удосконалення механізму контролю маркетингової діяльності підприємства та визначення результативності запропонованих заходів | 72 |
| ВИСНОВКИ..... | 78 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 82 |
| ДОДАТКИ..... | 88 |