

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

# **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА**

на тему

## **ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГ22м

Спеціальності 075 Маркетинг

Троценко Валентина Олегівна

Керівник: Тараненко І.В., д.е.н.,  
професор

**Дніпро**  
**2024**

## АНОТАЦІЯ

### **Троценко В.О. Маркетингова діяльність підприємства та шляхи її вдосконалення**

Кваліфікаційна робота присвячена вивченню теоретичних засад та практичних аспектів маркетингової діяльності підприємства. Розглянуто теоретичні основи управління маркетинговою діяльністю. Проаналізоване маркетингове середовище ТОВ «ЦЕНТР-ШИНА ГРУП», здійснено PEST аналіз, SWOT аналіз. Визначені напрями вдосконалення маркетингової діяльності підприємства. Розроблені заходи з вдосконалення маркетингової діяльності, зокрема створення служби маркетингу, впровадження CRM системи, вдосконалення комунікаційної діяльності. Результати дослідження можуть бути використані в практичній маркетинговій діяльності ТОВ «ЦЕНТР-ШИНА ГРУП».

**Ключові слова:** маркетингове середовище, маркетингова діяльність, служба маркетингу, CRM система, комунікаційна діяльність.

## ABSTRACT

### **Trotsenko V.O. Marketing activities of the enterprise and ways of its improvement**

The master thesis is devoted to the study of theoretical foundations and practical aspects of marketing activities of the enterprise. The theoretical foundations of marketing management are considered. The marketing environment of "CENTR-SHINA GROUP" LLC is analysed, PEST analysis and SWOT analysis are carried out. Directions for improving the marketing activities of the enterprise have been identified. Measures to improve marketing activities have been developed, including the creation of a marketing service, the introduction of a CRM system, and the improvement of communication activities. The results of the study can be used in the practical marketing activities of "CENTRE-SHINA GROUP" LLC.

**Keywords:** marketing environment, marketing activity, marketing service, CRM system, communication activity.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП .....</b>	<b>6</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....</b>	<b>9</b>
1.1. Сутність і зміст маркетингової діяльності .....	9
1.2. Значення маркетингової діяльності для сучасного підприємства ...	22
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ЦЕНТР ШИНА ГРУП».....</b>	<b>32</b>
2.1. Характеристика підприємства ТОВ «ЦЕНТР ШИНА ГРУП» та аналіз його внутрішнього середовища .....	32
2.2. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства.....	42
2.2.1. Аналіз мікросередовища.....	42
2.2.2. Аналіз макросередовища. PEST-аналіз .....	44
2.3. SWOT-аналіз підприємства .....	47
<b>РОЗДІЛ 3. ЗАХОДИ З УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ЦЕНТР ШИНА ГРУП» .....</b>	<b>50</b>
3.1. Створення служби маркетингу на підприємстві .....	50
3.2. Розробка маркетингових заходів, спрямованих на удосконалення діяльності підприємства в сучасних умовах.....	56
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>65</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>68</b>