

**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-20зс
Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Скапачова Дар'я Михайлівна

ПІБ

Керівник: Стрельченко І.І., д. е. н., доцент
прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

**Дніпро
2024**

А Н О Т А Ц І Я *

Скапачова Д.М. Маркетингова діяльність підприємства та шляхи її вдосконалення

У даній роботі досліджуються теоретичні аспекти організації та проведення маркетингових досліджень в косметологічній сфері на прикладі ПП "Доктор Лізі". У розділі 1 розглядається роль та значення маркетингу для косметологічних підприємств, основні стратегії та методи маркетингу, а також взаємодія з аудиторією та особливості побудови бренду в даній сфері. Розділ 2 присвячений аналізу маркетингової діяльності ПП "Доктор Лізі", включаючи характеристику господарської діяльності, аналіз ринку, позиціонування та сегментування послуг, SWOT-аналіз та визначення конкурентних переваг та слабкостей. У розділі 3 обговорюються шляхи вдосконалення маркетингової діяльності ПП "Доктор Лізі", зокрема розробка та впровадження нових маркетингових стратегій, впровадження програм лояльності та економічна ефективність запропонованих заходів.

Ключові слова: маркетингові дослідження, косметологія, ПП "Доктор Лізі", стратегії маркетингу, брендування, аналіз ринку, програми лояльності, ефективність.

SUMMARY

Skapachova D.M. Marketing activity of the enterprise and ways of its improvement

This paper examines the theoretical aspects of organizing and conducting marketing research in the cosmetology industry on the example of Dr. Lizi PE. Section 1 discusses the role and importance of marketing for cosmetology enterprises, the main strategies and methods of marketing, as well as interaction with the audience and the peculiarities of building a brand in this area. Section 2 is devoted to the analysis of the marketing activities of Dr. Lizi PE, including the characteristics of business activities, market analysis, positioning and segmentation of services, SWOT analysis and identification of competitive advantages and weaknesses. Section 3 discusses the ways to improve the marketing activities of PE "Doctor Lisi", in particular, the development and implementation of new marketing strategies, the introduction of loyalty programs and the cost-effectiveness of the proposed measures.

Keywords: marketing research, cosmetology, PE "Dr. Lisi", marketing strategies, branding, market analysis, loyalty programs, efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1. Маркетингова діяльність підприємства та шляхи її вдосконалення.	7
1.2. Маркетингові дослідження, як один із напрямків вдосконалення маркетингової діяльності підприємства.	15
1.3. Роль та значення маркетингової діяльності у функціонуванні косметологічного підприємства	23
РОЗДІЛ 2. ПОТОЧНИЙ СТАН ТА АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПП «ДОКТОР ЛІЗІ»	27
2.1. Характеристика господарської діяльності ПП «Доктор Лізі».	27
2.2. Аналіз ринку на якому працює ПП «Доктор Лізі».	33
2.3. Позичіонування та сегментування послуг компанії.	37
2.4. SWOT-аналіз господарської діяльності ПП «Доктор Лізі».	44
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПП «ДОКТОР ЛІЗІ»	47
3.1. Розробка та впровадження нових маркетингових стратегій для підприємства ПП «Доктор Лізі».	47
3.2. Економічна ефективність від запровадження запропонованих заходів.	57
ВИСНОВКИ	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамов В. Г., Литвиненко Я. Г. Основи маркетингу: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2019. 256 с.
2. Аванесова Н. Е., Марченко О. В. Стратегічне управління підприємством та сучасним містом: теоретико-методичні засади: монографія. Харків: Щедра садиба плюс, 2015. 196 с.
3. Аніловська Г. Я., Марушко Н. С., Стоколоса Т. М. Інформаційні системи і технології у фінансах: навч. посіб. Львів: Магнолія 2006, 2015. 312 с.
4. Артюх О. В., Жеребкіна Т. М. Маркетинг послуг: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 320 с.
5. Балабанова Л. В., Холод Л. В. Маркетингова політика підприємства: навч. посіб. Дніпро: НГУ, 2016. 372 с.
6. Бичківський О. О. Міжнародне приватне право: конспект лекцій. Запоріжжя: ЗНУ, 2015. 82 с.
7. Бікулов Д. Т., Чкан А. С., Олійник О. М., Маркова С. В. Менеджмент: навч. посіб. Запоріжжя: ЗНУ, 2017. 360 с.
8. Бухалков М. І. Стратегічне управління підприємством: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 296 с.
9. Василенко В. О., Лук'янова В. В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2017. 284 с.
10. Верба В. А., Ліпич Л. Г. Стратегічне управління підприємством: теоретичні та методичні засади: монографія. Київ: Ліра-К, 2016. 372 с.
11. Герасимчук В. Г. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Київ: Вища школа, 2018. 368 с.
12. Гончарова О. В., Коваленко М. М. Маркетингові стратегії: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 280 с.
13. Гребенюк С. М. Операційне числення: навч. посіб. Запоріжжя: ЗНУ, 2015. 88 с.

14. Діденко О. О. Маркетинг у соціальних мережах: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 256 с.
15. Должанський В. М., Чижова Н. А. Маркетинг: підручник. Київ: Видавничий дім, 2018. 360 с.
16. Дороніна М. С., Жеребкіна Т. М. Інтернет-маркетинг: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 288 с.
17. Жигілій Д. В. Маркетинг: основи та інструменти: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2016. 248 с.
18. Жильцова Л. Г., Петренко Н. О. Стратегічне планування: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 280 с.
19. Задорожний Г. О., Костюк А. В. Маркетингові дослідження: теорія і практика: підручник. Київ: Ліра-К, 2017. 368 с.
20. Іванов В. Г., Литвиненко Я. Г. Маркетинг: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2019. 320 с.
21. Карпенко О. В., Липська С. М. Основи маркетингу: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 288 с.
22. Коваленко М. М. Маркетингові стратегії: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 280 с.
23. Кравченко С. О., Мельничук С. В. Маркетинг: підручник. Київ: Видавничий дім, 2018. 360 с.
24. Липська С. М. Маркетинг у соціальних мережах: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 256 с.
25. Лук'янова В. В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2017. 284 с.
26. Марков В. І., Соловей Д. В. Інтернет-маркетинг: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 288 с.
27. Микитів Г. В., Кондратенко Ю. Позатекстові елементи як засіб формування медіакультури читачів науково-популярних журналів. Актуальні проблеми медіаосвіти в Україні та світі: зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 3-4 берез. 2016 р. Запоріжжя, 2016. С. 50–53.

- 28.Мозговий І. В., Литвиненко Я. Г. Маркетинг послуг: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 320 с.
- 29.Мороз В. Г., Савченко І. В. Маркетинг: теорія і практика: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2018. 240 с.
- 30.Операційне числення: навч. посіб. / С. М. Гребенюк та ін. Запоріжжя: ЗНУ, 2015. 88 с.
- 31.Петренко Н. О. Стратегічне планування: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 280 с.
- 32.Руденко Л. В. Маркетингові комунікації: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 312 с.
- 33.Савченко І. В. Маркетинг: підручник. Київ: Видавничий дім, 2018. 360 с.
- 34.Сучасне суспільство: філософсько-правове дослідження актуальних проблем: монографія / за ред. О. Г. Данильяна. Харків: Право, 2016. 488 с.
- 35.Ткаченко О. В., Жеребкіна Т. М. Маркетинг послуг: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 320 с.
- 36.Федорова Л. М., Соловей Д. В. Інтернет-маркетинг: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 288 с.
- 37.Федорович О. В., Литвиненко Я. Г. Основи маркетингу: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 288 с.
- 38.Хомяков С. В., Литвиненко Я. Г. Маркетинг: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2019. 320 с.
- 39.Шарая А. А. Принципи державної служби за законодавством України. Юридичний науковий електронний журнал. 2017. № 5. С. 115–118. URL: http://lsej.org.ua/5_2017/32.pdf.
- 40.Яцків Я. С., Маліцький Б. А., Бублик С. Г. Трансформація наукової системи України протягом 90-х років ХХ століття: період переходу до ринку. Наука та інновації. 2016. Т. 12, № 6. С. 6–14. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Fakhovivydannya/vznu/juridichni/VestUr2015v3/5.pdf>.

41. Бухалков М. І., Савченко І. В. Основи стратегічного управління підприємством: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2018. 280 с.
42. Герасименко О. І. Маркетингові дослідження: методологія та практика: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 296 с.
43. Деркач В. В., Литвиненко Я. Г. Основи менеджменту: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2019. 312 с.
44. Журавель О. В. Стратегічний маркетинг: теоретичні та методичні аспекти: монографія. Київ: Ліра-К, 2017. 364 с.
45. Задорожний Г. О., Костюк А. В. Інформаційні системи і технології у маркетингу: навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2017. 324 с.
46. Карпенко О. В., Липська С. М. Маркетингові комунікації: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 304 с.
47. Мітяєв М. М., Руденко Л. В. Маркетинг у сфері послуг: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2018. С.