

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**«СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА
ПІДПРИЄМСТВІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГр-19-2
Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Мирошніченко Михайло Олегович

ПІБ

Керівник: Щолокова Г.В., к.п.н., доцент
прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

**Дніпро
2023**

АНОТАЦІЯ

Мирошниченко М.О. Система маркетингових досліджень на підприємстві та шляхи її вдосконалення

У кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи маркетингових досліджень на підприємстві, здійснено маркетинговий аналіз, здійснено аналіз існуючої системи маркетингових досліджень, розроблено рекомендації щодо вдосконалення організації маркетингових досліджень у ТОВ «Vodafone Україна». З урахуванням специфіки послуг ТОВ «Vodafone Україна» та конкурентних умов запропоновано впровадження нової анкети на підприємстві, що сприятиме удосконаленню отримання первинної маркетингової інформації.

Ключові слова: маркетингові дослідження, організація маркетингових досліджень підприємства, первинна маркетингова інформація.

SUMMARY

Myroshnychenko M.O. The system of marketing research at the enterprise and ways to improve it

In the qualification work, the theoretical and methodological foundations of marketing research at the enterprise were considered, a marketing analysis was carried out, an analysis of the existing system of marketing research was carried out, recommendations were developed for improving the organization of marketing research at Vodafone Ukraine LLC. Taking into account the specifics of Vodafone Ukraine LLC services and competitive conditions, it is proposed to introduce a new questionnaire at the enterprise, which will contribute to the improvement of obtaining primary marketing information.

Keywords: marketing research, organization of enterprise marketing research, primary marketing information.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРОВЕДЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....	8
1.1. Теоретичні засади маркетингових досліджень та їх види.....	8
1.2. Етапи маркетингових досліджень та їх роль на підприємстві.....	13
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «VODAFONE УКРАЇНА» ТА ЙОГО СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....	18
2.1. Характеристика господарської діяльності ТОВ «Vodafone Україна».....	18
2.2. Аналіз ринку, на якому працює підприємство.....	23
2.3. Сегментування ринку та позиціювання підприємства.....	30
2.4. SWOT-аналіз підприємства.....	38
2.5. Маркетингові дослідження на підприємстві.....	41
РОЗДІЛ 3. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ.....	46
3.1. Рекомендації щодо вдосконалення маркетингових досліджень на підприємстві.....	46
3.2. Аналіз результатів проведеного дослідження.....	51
3.3. Економічна ефективність від запровадження запропонованих заходів.....	54
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	61
ДОДАТКИ	67