

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ І ТУРИЗМУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему: «Формування маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємства торгівлі (на матеріалах ПП «ЛТ-Офіс»)»

«Formation of marketing and logistics support for business development of a trade enterprise (on the materials of PE «LT-Office»)»

Виконав: здобувач другого
(магістерського)
рівня вищої освіти групи 6МНлог
спеціальності 073 «Менеджмент»

(шифр і назва спеціальності)

освітньо-професійної програми
«Логістика»

Мацуєв І. М.

(прізвище та ініціали здобувача)

Керівник Джерелюк Ю. О.

(прізвище та ініціали)

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

Кафедра менеджменту, маркетингу і туризму

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітньо-професійна програма «Логістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ к.е.н., доц. Руслан НАБОКА

« _____ » _____ 2024 р.

З А В Д А Н Н Я НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

_____ Мацуєву Іллі Михайловичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Формування маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємства торгівлі (на матеріалах ПП «ЛТ-Офіс»)»

керівник роботи Джерелюк Юлія Олександрівна, д.е.н., професор

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від 23 вересня 2024 р., №479-с

2. Строк подання здобувачем роботи 19 грудня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи планові та звітні дані щодо діяльності ПП «ЛТ-Офіс» за період 2021–2024 рр.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____

1. Теоретико-методичні засади маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємства торгівлі

2. Оцінювання маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємства роздрібною торгівлі ПП «ЛТ-Офіс»

3. Удосконалення маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємства роздрібною торгівлі ПП «ЛТ-Офіс»

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Табл. 47, рис. 14. Наочний матеріал на 7 аркушах

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ім'я та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Консультант з написання I-III розділів	Юлія ДЖЕРЕЛЮК – професор		
Консультант з нормоконтролю	Олена БИЛИМ – ст. викладач		

7. Дата видачі завдання 23 вересня 2024 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Огляд літературних джерел з теми	24.09.2024 – 29.10.2024	виконано
2	Складання і затвердження плану роботи	30.09.2024 – 04.10.2024	виконано
3	Робота над теоретико-методичним розділом	05.10.2024 – 20.10.2024	виконано
4	Робота над дослідницько-аналітичним розділом	21.10.2024 – 05.11.2024	виконано
5	Робота над проєктно-рекомендаційним розділом	06.11.2024 – 20.11.2024	виконано
6	Формулювання висновків за темою дослідження	21.11.2024 – 24.11.2024	виконано
7	Оформлення роботи	25.11.2024 – 01.12.2024	виконано
8	Надання роботи керівнику для перевірки та написання подання	05.12.2024 – 15.12.2024	виконано
9	Подання роботи для перевірки у КСПНП	16.12.2024	виконано
10	Захист роботи в ЕК	19.12.2024	

Здобувач

_____ Ілля МАЦУЄВ
 (підпис) (ім'я прізвище)

Керівник роботи

_____ Юлія ДЖЕРЕЛЮК
 (підпис) (ім'я прізвище)

АНОТАЦІЯ

У кваліфікаційній роботі магістра Мацуєва І. М. на тему «Формування маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємства торгівлі (на матеріалах ПП «ЛТ-Офіс») узагальнено існуючі наукові підходи до визначення сутнісного наповнення поняття «маркетинг-логістичне забезпечення підприємства»; розглянуто науково-методичний підхід до оцінювання маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємства торгівлі з урахуванням маркетинг-логістичного міксу; проведено оцінювання рівня маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємств з урахуванням маркетинг-логістичного міксу; проведено ідентифікацію рівня результативності бізнес-процесів аналізованих підприємств; визначено напрями формування маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємств торгівлі; економічно обґрунтувати заходи удосконалення маркетинг-логістичного забезпечення підприємства торгівлі відповідно до напрямів розвитку бізнесу.

Ключові слова: маркетинг-логістичне забезпечення, бізнес-процеси, підприємство роздрібної торгівлі, розвиток бізнесу, оцінювання, напрями формування, результативність.

ANNOTATION

In the master's thesis Matsuiiev I.M. on the topic «Formation of marketing and logistics support for business development of a trade enterprise (on the materials of PE «LT-Office»)» summarizes the existing scientific approaches to determining the essential content of the concept of "marketing-logistics support of the enterprise"; the scientific-methodical approach to the assessment of marketing-logistics support for business development of a trade enterprise, taking into account the marketing-logistics mix, is considered; assessment of the level of marketing-logistics support for business development of enterprises was carried out, taking into account the marketing-logistics mix; the level of effectiveness of the business processes of the analyzed enterprises was identified; directions for the formation of marketing and logistics support for business development of trade enterprises are determined; to economically justify measures to improve the marketing and logistics support of the trade enterprise in accordance with the directions of business development.

Key words: marketing and logistics support, business processes, retail enterprise, business development, evaluation, directions of formation, effectiveness.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГ-ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ.....	10
1.1. Теоретичні передумови маркетинг-логістичного забезпечення підприємства.....	10
1.2. Науково-методичний підхід до формування маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємства торгівлі	16
1.3. Ієрархічна модель оцінювання маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємства торгівлі з урахуванням маркетинг-логістичного міксу.....	25
Висновки до розділу 1.....	32
РОЗДІЛ 2. ОЦІНЮВАННЯ МАРКЕТИНГ-ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ПП «ЛТ-ОФІС».....	34
2.1. Характеристика стану внутрішнього середовища підприємства як основи оцінювання розвитку бізнесу з використанням ПЕОМ.....	34
2.2. Оцінка рівня маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємств торгівлі з урахуванням маркетинг-логістичного міксу	44
2.3. Ідентифікація рівня результативності бізнес-процесів підприємств роздрібної торгівлі.....	51
Висновки до розділу 2.....	62
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГ-ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ПП «ЛТ-ОФІС»	66
3.1. Визначення варіантів удосконалення маркетинг-логістичного забезпечення підприємств торгівлі відповідно до напрямів розвитку бізнесу	66

3.2. Формування програми підвищення результативності бізнес-процесів підприємства роздрібної торгівлі.....	73
3.3. Економічне обґрунтування заходів удосконалення маркетинг-логістичного забезпечення підприємств торгівлі відповідно до напрямів розвитку бізнесу.....	80
Висновки до розділу 3.....	97
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	101
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	106
ДОДАТКИ.....	111

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах господарювання з нестабільним зовнішнім середовищем діяльності одне з основних завдань, яке стоїть перед підприємствами торгівлі, є постійне вдосконалення фінансово-господарської діяльності, що практично неможливо без впровадження ефективних методів управління, новітніх технологій та ефективних методів ведення бізнесу. Зміни методів ведення бізнесу в останні роки мали великий вплив на розвиток маркетингу і логістики вітчизняних підприємств торгівлі. Логістична та маркетингова діяльність мають спільну кінцеву мету – якісне задоволення потреб споживача. Для якісного задоволення потреб споживача постійно вирішується низка поточних завдань, як на рівні маркетингу, так і на рівні логістики.

Таким чином, проблеми формування маркетинг-логістичного забезпечення діяльності підприємств торгівлі на основі раціонального поєднання маркетингу як ринково-орієнтованого та логістики як системно-орієнтованого управління та сприйняття такого маркетинг-логістичного забезпечення у якості чинника забезпечення розвитку бізнесу є актуальними й потребують подальшого дослідження і вирішення.

Дослідження процесу маркетинг-логістичного забезпечення підприємств серед вітчизняних науковців зустрічаються у працях С. В. Ковальчук [19], Є. В. Крикавського [21], Н. І. Чухрай, З. М. Андрушкевич, Н. І. Трішкіної [41], К. Л. Семенова [40], В. В. Шарко [44] та ін. Проблеми забезпечення результативності бізнес-процесів підприємств роздрібною торгівлі, були у фокусі наукових інтересів вчених різних країн, серед яких: О. В. Виноградова [8], В. В. Дубініна [14], О. В. Ольшанський [30] та ін.

Попри зміни, що відбулися в системі маркетинг-логістичного забезпечення підприємств торгівлі, низка завдань, спрямованих на формування маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємств роздрібною торгівлі з урахуванням маркетинг-логістичного міксу потребують подальшого дослідження. Зазначене обумовлює подальше поглиблення теоретичних і методичних положень, вирішення завдань і надання практичних рекомендацій підприємствам торгівлі.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження кваліфікаційної роботи є узагальнення теоретико-методичних основ, і обґрунтування практичних рекомендацій щодо оцінювання та формування рівня маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємств торгівлі.

Реалізація поставленої мети вимагає вирішення наступних завдань:

- узагальнити існуючі наукові підходи до визначення сутнісного наповнення поняття «маркетинг-логістичне забезпечення підприємства»;
- розглянути науково-методичний підхід до оцінювання маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємства торгівлі з урахуванням маркетинг-логістичного міксу;
- провести оцінювання рівня маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу аналізованих підприємств роздрібної торгівлі з урахуванням маркетинг-логістичного міксу;
- провести ідентифікацію рівня результативності бізнес-процесів аналізованих підприємств роздрібної торгівлі;
- визначити напрями формування маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу аналізованих підприємств торгівлі;
- економічно обґрунтувати заходи удосконалення маркетинг-логістичного забезпечення підприємства торгівлі відповідно до напрямів розвитку бізнесу.

Об'єктом дослідження є процес формування рівня маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємств роздрібної торгівлі.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних положень щодо оцінювання та формування рівня маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємств торгівлі.

Методи дослідження. Методологічною основою є фундаментальні дослідження і положення вітчизняної науки з питань формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств. При дослідженні було використано праці провідних вітчизняних вчених, методологічні матеріали, періодичні видання України. Використовувалися економіко-статистичні методи (порівняння, групування, аналіз динамічних рядів, графічний метод), метод узагальнень, матричний метод, метод експертних оцінок, метод аналізу ієрархій.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в удосконаленні науково-методичного підходу до оцінювання рівня маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємств торгівлі, який за своєю сутністю дозволяє: ідентифікацію рівня результативності бізнес-процесів підприємства; оцінювання рівня маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу з урахуванням маркетинг-логістичного міксу; вибір маркетингових та логістичних стратегій задля створення умов ефективної діяльності підприємств з метою досягнення їх сталого розвитку.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості їх застосування на інших підприємствах роздрібної торгівлі. Розроблені науково-методичні рекомендації щодо формування маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємств торгівлі дозволять покращити показники сталого розвитку з метою підвищення конкурентоспроможності у довгостроковій перспективі.

Апробація результатів роботи. Основні результати дослідження доповідалися на Міжнародній науково-практичній Інтернет-конференції «Якість та безпечність продукції у внутрішній і зовнішній торгівлі й торговельне підприємництво: сучасні вектори розвитку і перспективи» (м. Полтава: ПДАУ, 15 лютого 2024 року); Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг» (м. Херсон – м. Хмельницький, ХНТУ, 28 листопада 2023 року); Міжнародній науково-практичній конференції «Синергія науки і бізнесу у повоєнному відновленні регіонів України» (м. Херсон – м. Хмельницький, ХНТУ, 24–26 квітня 2024 року); II Всеукраїнській наук.-практ. Інтернет-конф. здобувачів вищої освіти і молодих вчених «Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг» (м. Херсон – м. Хмельницький, ХНТУ, 05 грудня 2024 р.).

Структура й обсяг роботи. Основний текст роботи викладений на 105 сторінках, складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 57 найменувань на 5 сторінках. Робота містить 14 рисунків, 47 таблиць, 3 додатки на 7 сторінках.