

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

Кафедра менеджменту, маркетингу і туризму

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему «Дослідження маркетингової стратегії підприємства

(на матеріалах МПП «РiКО»))»

« Research of the marketing strategy of the enterprise

(on the materials of SPE «RIKO»))»

Виконала: здобувачка першого бакалаврського
рівня вищої освіти групи _____4МР_____

спеціальності 075 «Маркетинг» _____

(шифр і назва спеціальності)

освітньо-професійної програми «Маркетинг»

_____Покулита А.В._____

(прізвище та ініціали)

Керівник _____Шукліна В.В._____

(прізвище та ініціали)

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

Кафедра менеджменту, маркетингу і туризму

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри, к.е.н., доцент

Руслан НАБОКА

« 14 » 01 2025 р.

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

Покуліті Анастасії Валентинівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Дослідження маркетингової стратегії підприємства (на матеріалах МПП «РіКО»))»

керівник роботи Шукліна Вікторія Вікторівна, к.е.н., доцент

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

затверджені наказом закладу вищої освіти від «14» 01.2025 р. № 26-с

2. Строк подання здобувачем роботи 23 червня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи: планові та звітні дані діяльності МПП «РіКО» за 2021-2024 рр., матеріали офіційного сайту МПП «РіКО», навчальна література

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Теоретичні основи дослідження маркетингової стратегії підприємства

2. Дослідження маркетингової стратегії підприємства МПП «РіКО»

3. Розробка рекомендацій удосконалення маркетингової стратегії МПП «РіКО»

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

Робота містить 24 рисунків та 30 таблиць

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Ім'я, прізвище та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Консультант з написання I-III розділів	<i>Вікторія ШУКЛИНА, доцент</i>	14.01.2025	21.05.2025
Консультант з нормоконтролю	<i>Олена БИЛИМ, ст. викладач</i>	14.01.2025	22.05.2025 03.06.2025

7. Дата видачі завдання 14.01.2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Огляд літературних джерел з теми	15.01.25-04.02.25	виконано
2.	Складання і затвердження плану роботи	05.02.25-14.02.25	виконано
3.	Написання 1 розділу	15.02.25-17.03.25	виконано
4.	Написання 2 розділу	18.03.25-21.04.25	виконано
5.	Написання 3 розділу	22.04.24-16.05.25	виконано
6.	Формулювання висновків за темою дослідження	17.05.25-21.05.25	виконано
7.	Оформлення роботи	22.05.25-03.06.25	виконано
8.	Надання роботи керівнику для перевірки та написання подання	04.06.25	виконано
9.	Подання роботи для перевірки у КСПНП	10.06.25	виконано
10.	Захист роботи в ЕК	23.06.2025	

Здобувачка _____ Анастасія ПОКУЛИТА
(підпис) (ім'я та прізвище)

Керівник роботи _____ Вікторія ШУКЛИНА
(підпис) (ім'я та прізвище)

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	7
1.1. Сутність поняття стратегії в маркетинговому процесі підприємства ...	7
1.2.Формування маркетингової стратегії підприємства в умовах цифровізації бізнес-середовища	12
1.3. Методичні підходи критеріальної оцінки ефективності маркетингової стратегії підприємства	22
Висновки до розділу 1	29
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ МПП «РіКО».....	31
2.1. Дослідження галузевих стратегічних трендів в маркетингу МПП «РіКО».....	31
2.2. Визначення внутрішньої відповідності організаційних і функціональних завдань маркетингової стратегії МПП «Ріко» з використанням ПЕОМ	41
2.3. Оцінка економічної ефективності маркетингової стратегії МПП «РіКО».....	50
Висновки до розділу 2	63
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ МПП «РІКО».....	65
3.1. SWOT-аналіз середовища удосконалення маркетингової стратегії МПП «РіКО».....	65
3.2. Розробка рекомендацій удосконалення маркетингової стратегії МПП «РіКО».....	74
Висновки до розділу 3	79
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	83
ДОДАТКИ	87

ВСТУП

Сучасні умови надзвичайної невизначеності зовнішнього середовища лишили підприємства можливості здійснювати стратегічне управління та вимагають пошуку адекватних ситуації підходів. Виникає потреба в застосуванні маркетингових стратегій зі здатністю гнучкого реагування на виклики господарювання, підвищення його ефективності та задоволення потреб цільової аудиторії. Саме це вказує на актуальність дослідження теоретичних положень і методичних підходів до формування та удосконалення маркетингової стратегії підприємства.

Метою роботи є розробка рекомендацій щодо удосконалення маркетингової стратегії підприємства.

Основними завданнями даної роботи означено наступні:

- розкрити сутність поняття стратегії в маркетинговому процесі підприємства,
- розглянути формування маркетингової стратегії підприємства в умовах цифровізації бізнес-середовища,
- систематизувати методичні підходи критеріальної оцінки ефективності маркетингової стратегії підприємства,
- дослідити галузеві стратегічні тренди в маркетингу МПП «РiКО»,
- визначити внутрішню відповідність організаційних і функціональних завдань маркетингової стратегії МПП «Рiко» з використанням ПЕОМ,
- представити оцінку економічної ефективності маркетингової стратегії МПП «РiКО»,
- провести SWOT-аналіз середовища удосконалення маркетингової стратегії МПП «РiКО»,
- розробити рекомендації удосконалення маркетингової стратегії МПП «РiКО».

Об'єктом дослідження є процеси формування маркетингової стратегії підприємства МПП «РіКО»

Предметом дослідження є теоретичні, методичні і практичні аспекти процесів формування маркетингової стратегії підприємства.

Інформаційною базою дослідження стали праці іноземних і вітчизняних науковців щодо питань формування, реалізації та коригування маркетингових стратегій І. Ансофф, Ф. Котлер, М. Мескон, Г. Мінцберг, М. Портер, А. Томпсон, А. Дж. Стрікланд, А. Чандлер, О. Віханський, О. Гудзинський І. Ігнат'єва, Г. Кіндрацька, П. Клівець, М. Книш, Н. Куденко, О. Лабурцева, Є. Лойко, М. Сасенко, С. Довбня, А. Найдовська, І. Терещенко, М. Хитько, О. Шарлай, З. Шершньова, А. Юданов та інших, організаційна структура підприємства, нормативні документи, фінансові та статистичні звіти.

У роботі використано наукові методи теоретичного узагальнення, синтезу і аналізу, групування і класифікації, індукції і дедукції, системного і ситуаційного підходів, графічного аналізу з використанням ПЕОМ.

Результати дослідження доповідались і отримали схвалення на XX Всеукраїнській науково-практичній конференції «Професійне становлення молоді в умовах інтеграційного розвитку України», м. Хмельницький, 2025 рік; такі, що мають практичну значущість, знайшли застосування на МПП «РіКО».

В структурі кваліфікаційної роботи бакалавра три розділи, загальний обсяг складає 88 сторінок, в т.ч. 30 таблиць, 24 рисунки, 39 використаних літературних джерел, 1 додаток.