

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ І ТУРИЗМУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему: «Підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства (на матеріалах ПП «ЛТ-Офіс»)»

«Improving the management efficiency of the enterprise marketing activity (on the materials of PE «LT-Office»)»

Виконала: здобувачка другого (магістерського)
рівня вищої освіти _____ групи 6МР

спеціальності 075 «Маркетинг»

(шифр і назва спеціальності)

освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Прокопів М.Ю.

(прізвище та ініціали)

Керівник Шукліна В.В.

(прізвище та ініціали)

Хмельницький 2025 рік

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

Кафедра менеджменту, маркетингу і туризму

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ к.е.н., доц. Руслан НАБОКА

« 16 » 09 2025 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Прокопів Марії Юріївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства (на матеріалах ПП «ЛТ-Офіс»)»

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

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

затверджені наказом закладу вищої освіти від 16 вересня 2025р., №432-с

2. Строк подання здобувачем роботи 26 грудня 2025р.

3. Вихідні дані до роботи планові та звітні дані щодо діяльності

ПП «ЛТ-Офіс» за період 2022–2025 рр.

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

1. Теоретико-методичні основи підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства

2. Дослідження ефективності управління маркетинговою діяльністю ПП «ЛТ-Офіс»

3. Розробка та обґрунтування рекомендацій щодо підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю ПП «ЛТ-Офіс»

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Робота містить 59 таблиць, 36 рисунків. Наочний матеріал на 7 аркушах

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ім'я та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
<i>Консультант з написання I-III розділів</i>	<i>Вікторія ШУКЛИНА – доцент</i>	16.09.2025	25.11.2025
<i>Консультант з нормоконтролю</i>	<i>Анна БЕРИСЛАВСЬКА – доцент</i>	16.09.2025	03.12.2025

7. Дата видачі завдання 16 вересня 2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Огляд літературних джерел з теми	17.09.2025 - 30.09.2025	виконано
2	Складання і затвердження плану роботи	01.10.2025 - 09.10.2025	виконано
3	Робота над теоретико-методичним розділом	10.10.2025 - 24.10.2025	виконано
4	Робота над дослідницько-аналітичним розділом	25.10.2025 - 10.11.2025	виконано
5	Робота над проектно-рекомендаційним розділом	11.11.2025 – 24.11.2025	виконано
6	Формулювання висновків за темою дослідження	25.11.2025 - 30.11.2025	виконано
7	Оформлення роботи	01.12.2025 - 09.12.2025	виконано
8	Надання роботи керівнику для перевірки та написання подання	10.12.2025 - 17.12.2025	виконано
9	Подання роботи для перевірки у КСПНП	18.12.2025	виконано
10	Захист роботи в ЕК	26.12.2025	

Здобувачка _____ Марія ПРОКОПІВ
(підпис) (ім'я прізвище)

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

АНОТАЦІЯ

В кваліфікаційній роботі магістра Прокопів Марії Юріївни «Підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства (на матеріалах ПП «ЛТ-Офіс»)» розкрито теоретико-методичні основи підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства, досліджено ефективність управління маркетинговою діяльністю підприємства, розроблено та обґрунтовано рекомендації щодо підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства.

Ключові слова: ефективність, управління, маркетингова діяльність, підприємство, фактор підвищення, ефективність управління, ефективність, елементи ефективного управління, маркетингові результати, ключові показники ефективності, стратегія, зовнішнє середовище, внутрішнє середовище, маркетингова стратегія, цифровий маркетинг.

SUMMARY

The qualification work of Master Maria Yurievna Prokopiv «Improving the effectiveness of enterprise marketing management (based on materials from PE «LT-Office»)» the theoretical and methodological foundations of increasing the effectiveness of enterprise marketing management are revealed, the effectiveness of enterprise marketing management is investigated, recommendations for increasing the effectiveness of enterprise marketing management are developed and substantiated.

Keywords: efficiency, management, marketing activities, enterprise, improvement factor, management effectiveness, efficiency, elements of effective management, marketing results, key performance indicators, external environment, internal environment, marketing strategy, digital marketing.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	8
1.1. Сутність понятійного апарату теми підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства	8
1.2. Виміри та фактори формування ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства	20
1.3. Етапи та методичні підходи оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства	28
Висновки до розділу 1	45
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПП «ЛТ-ОФІС»	47
2.1. Дослідження стану організації маркетингової діяльності ПП «ЛТ-Офіс».....	47
2.2. Оцінка економічної ефективності управління маркетинговою діяльністю ПП «ЛТ-Офіс»	55
2.3. Діагностика внутрішніх чинників ефективності управління маркетинговою діяльністю ПП «ЛТ-Офіс».....	63
Висновки до розділу 2	73
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА ОБГРУНТУВАННЯ РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПП «ЛТ-ОФІС»	75
3.1. Діагностика зовнішніх чинників ефективності управління маркетинговою діяльністю ПП «ЛТ-Офіс».....	75
3.2. Розробка рекомендацій підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю ПП «ЛТ-Офіс» з використанням ПЕОМ.....	85
3.3. Обґрунтування ефективності впровадження рекомендацій підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю ПП «ЛТ-Офіс».....	102
Висновки до розділу 3	114
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	116
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	118
ДОДАТКИ	122

ВСТУП

Маркетингова діяльність в умовах динамічної економіки визначає ефективність діяльності суб'єктів господарювання, особливо в умовах кардинальних змін на ринках. Надзвичайна невизначеність бізнес-середовища лишила підприємства можливості здійснювати повноцінне стратегічне управління та вимагає пошуку адекватних ситуаційних підходів. Виникає потреба в застосуванні маркетингових механізмів зі здатністю гнучкого реагування на виклики господарювання, підвищення його ефективності та задоволення потреб цільових сегментів. В умовах швидкого розвитку науки, техніки і технологій успіху досягне лише те підприємство, яке правильно використовує маркетингове управління, постійно вдосконалює та адаптує свій інструментарій відповідно до ринкових змін. Саме це вказує на актуальність дослідження теоретичних положень і методичних підходів до підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства.

Метою роботи є розробка і обґрунтування рекомендацій щодо підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства.

Комплексними завданнями даної роботи є: розглянути теоретико-методичні основи підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства, дослідити ефективність управління маркетинговою діяльністю ПП «ЛТ-Офіс», розробити та обґрунтувати рекомендації щодо підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю ПП «ЛТ-Офіс»

Об'єктом дослідження є процеси підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю ПП «ЛТ-Офіс»

Предметом даної роботи є теоретичні, методичні і практичні аспекти підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства.

Джерелами інформації для написання роботи стали праці іноземних і вітчизняних вчених щодо підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства, а саме таких як Т. Амблера, П. Дойля, Г. Асселя, Ф. Котлера, К. Келлера, Й. Шумпетер, Р. Каплана, Д. Нортон, Л. Балабанової, Б. Болотіна, С. Гаркавенко та інших авторів, нормативні документи досліджуваного підприємства, організаційна структура управління маркетингом, статистичні звіти.

У роботі використано сучасні наукові методи дослідження, а саме: теоретичного узагальнення, групування і класифікації, індукції і дедукції, синтезу, експертного оцінювання, ситуаційного, системного, аналізу, трендового та графічного аналізу з використанням ПЕОМ.

За поглибленим вивченням спеціальної літератури, передового досвіду з вирішення означеної проблеми, а також результатів дослідження об'єкту, елементами наукової новизни визнано таке: подальше теоретико-методичне узагальнення положень і розроблення науково-практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства за підходами управління за цілями, що сприятиме більш повній реалізації мети її формування і корегування при екстремальних проявах кризи.

Результати дослідження, що мають практичну значущість, знайшли застосування на ПП «ЛТ-Офіс». Основні положення і результати дослідження доведено до стану методичних рекомендацій, апробовано та схвалено на Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні», м. Вінниця, 2025 р. та Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції «Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів та послуг», м. Хмельницький, 2025 р.

В структурі кваліфікаційної роботи магістра три розділи, загальний обсяг складає 125 сторінок, в т.ч. 59 таблиць, 36 рисунків, 37 використаних літературних джерел, 2 додатки.