

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра менеджменту

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 Менеджмент
(шифр та найменування спеціальності)

на тему: « Управління маркетинговою діяльністю підприємства »
(назва теми)

Виконавець:
студент ЕУП факультету
Місерук Дарія Русланівна
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:
К.Є.Н., СТ.ВИКЛ.
(науковий ступінь, вчене звання)
Горбатенко Артур Всеволодович
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Маркетинг сьогодні проникає у всі сфери ведення бізнесу, без нього неможливо зайняти скільки небудь значущу позицію на будь якому ринку. Однак, досі часто підприємці хибно вважають, що наявність технологічної переваги забезпечить їм довгі роки успішної роботи на ринку. Та навіть забувають, як про конкурентів, так і дійсні потреби споживача.

Сутність маркетингу на сучасному споживчому ринку полягає в пріоритеті індивідуальних потреб споживача над всією виробничо-комерційною діяльністю підприємства. Тому маркетинг повинен розглядатися не тільки як один з елементів управління, але і як глобальна функція, що визначає зміст всієї виробничо-збутової діяльності підприємства.

Мета дослідження. Мета цієї роботи полягає в теоретичному аналізі процесу управління маркетингом виробничого підприємства та практичній розробці системи управління маркетингом на ТОВ «Лідер-Прогрес».

Завдання дослідження:

- описати теоретичні основи процесу управління маркетингом на ринках товарів промислового призначення;
- дослідити товарний портфель ТОВ «Лідер-Прогрес»;
- проаналізувати ринки збути, ланцюжок створення вартості та внутрішній потенціал розвитку підприємства;
- запропонувати заходи по оптимізації товарного портфелю ТОВ «Лідер-Прогрес»;
- обґрунтувати вихід на ринок підрядних організацій для будівництва.

Об'єкт дослідження ТОВ «Лідер-Прогрес», яке працює на ринках промислового призначення, пропонуючи металоконструкції та залізобетонні вироби різного призначення.

Предмет дослідження Предметом дослідження являється система управління маркетингом, яка склалася на підприємстві.

Методи дослідження: метод групування (для систематизації понять аналізу системи управління маркетингом на ринку товарів промислового призначення), матриця БКГ (для аналізу товарного портфелю), ланцюжок створення вартості (для аналізу джерел формування додаткової вартості продукції), матриця SWOT-аналізу (для аналізу внутрішнього потенціалу розвитку підприємства).

Інформаційна база дослідження законодавча база України, нормативні акти, навчальна література, методична література, дані державної статистичної звітності, дані внутрішнього обліку, результати експертних оцінок й особисті спостереження.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (35 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 65 сторінок. Основний зміст викладено на 62 сторінках. Робота містить 13 таблиць, 6 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні основи управління маркетинговою діяльністю виробничої фірми» розглянуто роль маркетингу в управлінні виробничим

підприємством, визначено різні трактовки поняття маркетинг, різні його види. Проаналізовано процес сегментування ділових ринків, що являється основою системи управління маркетингом на промисловому підприємстві. Розглянуто інструментарій управління маркетингом, який можливо застосувати для аналізу та розробки системи управління маркетингом підприємства.

У другому розділі «Аналіз та організація маркетингової діяльності виробничого підприємства» надана загальна характеристика ТОВ «Лідер-Прогрес», проаналізовано внутрішню організацію діяльності, принципи роботи, основні напрямки діяльності на ринках товарів промислового призначення.

Проаналізовано фінансово-господарську діяльність та проблеми розвитку підприємства. Проаналізовано ланцюжок створення вартості та визначено невідповідність її діловому ринку. Проведено аналіз товарного портфелю компанії, визначивши конкурентні позиції товарів ТОВ «Лідер-Прогрес» відносно найбільш значущих конкурентів. Визначено незбалансованість товарного портфелю.

За допомогою SWOT-аналізу визначено наявність внутрішнього потенціалу та перспективність виходу на ринок підрядних послуг для будівництва. Для розвитку на ринку підрядних послуг для будівництва запропоновано створити відділ проектування. Обраховано економічну ефективність та визначено окупність проектного відділу заводу протягом року, та високий рівень доходності.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

- Процес управління маркетингом суттєво відрізняється, в залежності від того на яких ринках працює організація. На ринках промислового призначення ефективніше працюють дещо інші інструменти управління маркетингом. Так особливого значення набуває оцінка споживчої цінності, що формується на всіх етапах ланцюжка створення вартості.

- У ході аналізу фінансово-економічної діяльності було визначено, що фінансовий стан ТОВ «Лідер-Прогрес» не визначається стабільністю. Що вимагало провести більш детальний аналіз господарської діяльності підприємства і в першу чергу, товарного портфелю.

- Аналіз ланцюжка створення цінності визначив необхідність корінної перебудови принципів маркетингової діяльності підприємства. Працюючи на ринку товарів промислового призначення не можна нехтувати будь яким етапом створення додаткової вартості.

- За допомогою портфельного аналізу було досліджено діяльність підприємства на ринках товарів промислового призначення. Аналіз внутрішнього потенціалу визначив наявність достатніх внутрішніх можливостей для розвитку товарного портфелю.

- Запропоновано було вихід на ринки підрядних організацій для будівництва, однак не з окремими пропозиціями уніфікованих товарів, а з комплексними проектами задоволення потреб будівництва.

- Так було економічно обґрунтовано створення на підприємстві проектного відділу. За рахунок виконання одного проектного завдання протягом року він повністю себе окупив та приніс дохід більше 600 тис.грн.

АНОТАЦІЯ

Місерук Д.Р. Управління маркетинговою діяльністю підприємства

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності

« 073 Менеджмент »

(шифр та назва спеціальності)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти Управління маркетинговою діяльністю підприємства на ринку товарів промислового призначення

Проаналізовано Фінансово-економічну діяльність фірми, систему організаційних взаємовідносин, ланцюжок створення вартості, перспективи розвитку товарного портфелю фірми, внутрішній потенціал ТОВ «Лідер-Прогрес»

Запропоновано Вихід на ринок підрядних послуг для будівництва з комплексними пропозиціями, які базуються на внутрішньому потенціалі підприємства.

Ключові слова: Ланцюжок створення вартості, товарний портфель, матриця БКГ, SWOT-аналіз, грошові потоки

ANNOTATION

Miseruk D. «Management of the enterprise's marketing activity»

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty

« 073 Management »

(code and name of the specialty)

Odessa National Economics University. – Odessa, 2019.

The work deals with the theoretical aspects Management of the enterprise's marketing activity on the market of industrial goods

Author analysis The financial and economic activity of the firm, the system of organizational relations, the value creation chain, the balance of the company's product portfolio, the prospects of the company's development, the internal potential of the “Leader-Progress” Enterprise

Suggest Entrance to the market of contract services for construction with complex offers, which are based on the internal potential of the enterprise..

Keywords: Value creation chain, product portfolio, BCG matrix, SWOT analysis, cash flows.