

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

Кафедра маркетингу

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності
6.030507 маркетинг
за освітньою програмою
маркетинг

на тему: **«Маркетингова діяльність підприємства (на прикладі ТМ
«Болград», на базі ТОВ Алколайн)».**

Виконавець:

студент міжнародного факультету
Гончар Крістіна Вадимівна

Науковий керівник:

д.е.н, доцент
Жарська Ірин Олександрівна

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми полягає у тому, що алкогольні вироби посідають особливе місце серед споживчих товарів в Україні, адже користується високим рівнем попиту. На сьогоднішній день, Україна по кількості вживання алкоголю, згідно з статистикою, займає п'яте місце у світі, що є досить привабливим фактором для виробників алкогольних напоїв. Даний ринок є досить прибутковим, а темпи приросту виробництва з кожним роком збільшуються на декілька показників більше.

Мета дослідження полягає в аналізі маркетингової діяльності організації та визначенні напрямків щодо її вдосконалення. Діяльність будь-якого підприємства направлена на досягнення певних показників, вони є відправними даними при розробці плану та програми маркетингу.

Завдання дослідження:

- визначити теоретичні основи маркетингової діяльності на підприємстві та охарактеризувати інструменти її реалізації;
- охарактеризувати маркетингову діяльність обраної організації
- визначити чинники, які впливають на функціонування маркетингової діяльності ТМ «Болград»;
- відслідкувати існуючі проблеми та визначити шляхи їх подолання.

Об'єкт дослідження є ТМ «Болград» на базі ТОВ Алколайн, вітчизняний виробник алкогольної продукції.

Предмет дослідження виступає діюча маркетингова політика підприємства.

Методи дослідження структурно-логічний (при побудові структури дослідження); діалектичний (при формуванні мети, завдань, об'єкта); ранговий та бальний методи (при дослідженні системи); теоретичного узагальнення (при вивченні результатів дослідження вітчизняних і зарубіжних науковців).

Інформаційна база дослідження складається з розробок вітчизняних та закордонних вчених у сфері маркетингу, також результати маркетингових досліджень підприємства.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (36 найменувань) та 1 го додатку. Загальний обсяг роботи становить 76 сторінок. Основний зміст викладено на 74 сторінках. Робота містить 9 таблиць, 12 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні аспекти стратегічного розвитку підприємства»* розглянуто сутність стратегічного розвитку підприємства, види стратегічного розвитку, фактори, які обумовлюють вибір відповідної стратегії розвитку підприємства.

У другому розділі *«Аналіз маркетингової діяльності підприємства ТОВ «Алколайн» на прикладі ТМ «Болград»* проаналізовано показники ринку алкогольних напоїв як на вітчизняному ринку, так і на світовому. Вплив світових тенденцій на діяльність українських підприємств. Розглянута діяльність торгівельної марки «Болград», її асортимент, найбільш та найменш прибуткові одиниці продажу. Проведено аналіз конкуренції торгівельної марки, зокрема порівняння за торгівельною маркою «Коблево».

У третьому розділі *«Шляхи підвищення ефективності маркетингової діяльності на підприємстві.»* запропоновано

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Для покращення маркетингової діяльності ТОВ Алколайн щодо торгівельної марки «Болград», необхідно збільшити рівень обізнаності споживачів щодо продукції, налагодити комунікативну політику підприємства, та розглянути нові канали збуту.
2. Компанії варто перестати приділяти всю увагу кількісним показниками роботи торгового відділу, а почати брати до уваги і якісні показники. Так як задоволеність споживача безпосередньо пов'язана з рівнем продажів. Задоволений споживач може купити більший обсяг товарів і краще йде на контакт при спірних або конфліктних ситуаціях.
3. Для торгівельної марки «Болград» буде доцільнішим випростовувати послуги компанії «Netreak», адже ця компанія не тільки має досить привабливу цінову політику, а й розташована у місті Одеса, де і знаходиться головний офіс ТОВ «Алколайн».

АНОТАЦІЯ

Гончар Крістіна «Маркетингова діяльність підприємства (на прикладі ТМ «Болград», на базі ТОВ «Алколайн»»).

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «6.030507 маркетинг»)

за освітньою програмою «маркетинг». –

(назва освітньої програми)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти впровадження маркетингової діяльності ТОВ Алколайн на прикладі ТМ Болград.

Проаналізовано теоретичні аспекти маркетингової діяльності, вплив факторів на маркетингову середу.

Запропоновано використання аутсорсингу, а також SEO-оптимізувати наявний сайт, зосередити увагу на просування через нові канали.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, аутсорсинг.

ANNOTATION

Honchar Kristina “Marketing activities of an enterprise (on the example of Bolgrad, based on enterprise Alcoline)”.

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty «6.030507 marketing» for the educational program «marketing». –

(title of the educational program)

Odessa National Economics University. – Odessa, 2019.

The work deals with the theoretical aspects of the marketing promotion of Alcoline on the example of products Bolgrad. Author analysis SEO-optimization for developing existent site, as well was proposed to find new ways of promotion.

Keywords: marketing, marketing activity, outsourcing.