

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра маркетингу
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 6.030507 Маркетинг
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою Маркетинг
(назва освітньої програми)

на тему: **«Маркетинг промислового підприємства на прикладі ПАТ**
«Виробниче об'єднання «Стальканат-Сілур»»
(назва теми)

Виконавець:

Студентка 45 гр. факультету
Міжнародної економіки

Квінчук Анастасія Володимирівна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

к. е. н.

(науковий ступінь, вчене звання)

Шкурупська Ірина Олександрівна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми В умовах глобалізації економіки й загострення конкурентної боротьби за ринки збуту промисловим підприємствам доводиться розв'язувати безліч складних проблем, найголовнішою серед яких стає продаж продукції. Досягнення максимального успіху на ринку спирається на оцінювання вимог і обсягів потреб споживачів, створення, випуск і збут товарів. Досконале знання потреб для виробництва товарів сприяє збільшенню обсягу продажу, проникненню на нові ринки, досягненню цілей, пов'язаних з прибутком.

У проведенні ефективної маркетингової політики особливого значення набуває промисловий маркетинг, який тривалий час розглядали як кілька несуттєвих відхилень від споживчого. Промисловий маркетинг забезпечує взаємодію підприємств з організаціями-споживачами, які купують товари й послуги для подальшого використання їх у виробництві або перепродажу іншим споживачам з метою отримання прибутку. Особливого значення набуває впровадження в практику концепції промислового маркетингу, що здійснюється на засадах проведення маркетингових досліджень для ухвалення обґрунтованих господарських рішень, виважених стратегічних завдань розширення сегменту та освоєння нового ринку, диверсифікації напрямів діяльності, виходу на ринок з новим товаром, а також упровадження сучасних маркетингових технологій забезпечення попиту та ефективного збуту промислової продукції.

Мета дослідження дослідження промислового маркетингу ПАТ «Виробниче об'єднання «Стальканат-Сілур» та розробка напрямів щодо його вдосконалення

Завдання дослідження:

- Описати теоретичні аспекти промислового маркетингу;
- Дослідити маркетингову діяльність та маркетингове середовище ПАТ «Виробниче об'єднання «Стальканат-Сілур»;
- Проаналізувати особливості комплексу маркетингу підприємства;
- Запропонувати рекомендації з удосконалення організації маркетингової діяльності на підприємстві ПАТ "ВО "Стальканат-Сілур";
- Обґрунтувати пропозиції щодо підвищення ефективності виставкової діяльності ПАТ "ВО "Стальканат-Сілур" та розробити заходи з підвищення ефективності особистих продажів компанії

Об'єкт дослідження - промислове підприємство ПАТ «Виробниче об'єднання «Стальканат-Сілур»

Предмет дослідження - теоретичні і практичні засади формування промислового маркетингу підприємства

Методи дослідження Використані методи аналізу та синтезу, історичного та логічного, наукової абстракції, групування, порівняння і графічного представлення результатів.

Інформаційна база дослідження законодавчі і нормативні акти з питань діяльності підприємства, дані офіційних статистичних джерел, періодична література з маркетингу, внутрішня звітність підприємства

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (42 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 93 сторінок. Основний зміст викладено на 83 сторінках. Робота містить 28 таблиць, 15 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретичні засади маркетингу промислового підприємства»** розглянуто теоретичні аспекти маркетингової діяльності промислових підприємств.

У другому розділі **«Аналіз маркетингової діяльності промислового підприємства ПАТ «Виробниче об'єднання «Стальканат-Сігур»** надано загальну характеристику ПАТ «Виробниче об'єднання «Стальканат-Сігур» як суб'єкта маркетингової діяльності, проаналізовано маркетингове середовище підприємства та досліджено особливості складових комплексу маркетингу ПАТ «Виробниче об'єднання «Стальканат-Сігур»._

У третьому розділі **«_Пропозиції з удосконалення маркетингової діяльності промислового підприємства ПАТ «Виробниче об'єднання «Стальканат-Сігур»** запропоновано рекомендації з удосконалення організації маркетингової діяльності на підприємстві ПАТ "ВО "Стальканат-Сігур", надано пропозиції щодо підвищення ефективності виставкової діяльності ПАТ "ВО "Стальканат-Сігур", та розроблено заходи з підвищення ефективності особистих продажів компанії

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Маркетингова діяльність є невід'ємною сферою функціонування промислового підприємства, часто визначальною для інших напрямків діяльності організації. Нестабільні умови функціонування сучасної економіки вимагають внесення відповідних коректив у стратегії діяльності підприємств на ринку. Сьогодні коригування потребує насамперед комплекс маркетингу вітчизняних підприємств.
2. Оцінка конкурентоспроможності підприємства виявила , що ПАТ «ВО «Стальканат-Сігур» має найбільший індекс конкурентоспроможності – 4,00. Продукція ПАТ «ВО «Стальканат-Сігур» займає лідируючі позиції за такими параметрами як: якість, ширина асортименту та ринкова частка. Недоліками в конкурентній боротьбі є низький рівень сервісу та завищені в порівнянні з деякими конкурентами ціни.
3. Асортимент ПАТ "ВО "Стальканат-Сігур" включає в себе 9 позицій та є гармонійним. Найбільшу частку в загальному обсязі

реалізованої продукції ПАТ "ВО "Стальканат-Сілуру" складає товарна група «Дріт». Порівняно з цінами конкурентів ціни "Стальканат-Сілуру" вважаються середніми. Однак, слід зауважити, що вони цілком відповідають співвідношенню ціни та якості продукції підприємства.

4. «Стальканат-Сілуру» використовує комбінацію таких видів комунікації як особистий продаж, рекламні публікації в галузевих журналах, участь у виставках та ярмаках та просування в мережі Інтернет.
5. В роботі надано рекомендації з удосконалення організації маркетингової діяльності на підприємстві ПАТ "ВО "Стальканат-Сілуру". Ефективність запропонованих заходів, визначена експертним шляхом становить 11,76 %.
6. В роботі надано рекомендації щодо участі підприємства в Міжнародному промисловому форумі Прогнозна ефективність участі у заході складе 20 %
7. В кваліфікаційній роботі розроблено заходи з підвищення ефективності особистих продажів компанії, додатковий прибуток від впровадження яких складе 3000 грн. на місяць.