

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

Кафедра менеджменту

**РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 Менеджмент**

**на тему: «Управління маркетинговою діяльністю торгового
підприємства»**

Виконавець

студент факультету економіки та
управління підприємством

Селезень Анастасія Андріївна _____
/підпис/

Науковий керівник

к.е.н., доцент

_____ (науковий ступінь, вчене звання)

Карпенко Юлія Валентинівна

_____ /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Управління маркетинговою діяльністю торгових підприємств в умовах економічної ситуації, що склалась в Україні, дає змогу розглядати її як комплексну характеристику потенціальних можливостей забезпечення конкурентних переваг у перспективі.

Актуальність теми дипломної роботи полягає в тому, що зі збільшенням конкурентів на ринку дрогері в Україні та розвитком науково-технічного прогресу, існує необхідність впроваджувати нові маркетингові заходи, що зможуть охопити більшу частину споживачів для отримання максимального прибутку.

Метою дипломної роботи є дослідження теоретичних основ управління маркетинговою діяльністю підприємства та удосконалення на підставі отриманих знань управління маркетинговою діяльністю.

Завдання дослідження:

- Визначити сутність маркетингу та управління маркетинговою діяльністю.
- Проаналізувати ринок дрогері та зовнішні фактори впливу на підприємство.
- Проаналізувати практичні аспекти управління маркетинговою діяльністю ТОВ «РУШ».
- Розробити практичні рекомендації щодо вдосконалення управління маркетинговою діяльністю ТОВ «РУШ».

Об'єктом дослідження є ТОВ «РУШ».

Предметом дослідження є управління маркетинговою діяльністю підприємства та напрямки її вдосконалення.

Методи дослідження. Було застосовано метод порівняння (для встановлення змісту поняття "маркетинг"); метод формування бюджету маркетингу на підставі цілей підприємства (для формування бюджету маркетингу підприємства); балансовий та статистичний метод дослідження (для аналізу виробничо-господарської та фінансової діяльності підприємства); PEST-аналіз (аналіз ринку дрогері-ритейлу), критерії GP та CPV (для вибору рекламного носія).

Інформаційною базою дослідження є сучасні теорії та наукові концепції, монографії зарубіжних та вітчизняних авторів з питань управління маркетинговою діяльністю, формування бюджету маркетингу, розробки напрямків розвитку. У роботі також використано нормативні акти підприємства.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (46 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 69 сторінок. Основний зміст викладено на 64 сторінках. Робота містить 17 таблиць, 17 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні основи управління маркетинговою діяльністю підприємства»* розглянуто сутність поняття маркетинг та управління маркетинговою діяльністю, структуру процесу управління маркетинговою діяльністю та методи розробки бюджету маркетингу, стратегічного розвитку підприємства, види стратегічного розвитку, фактори, які обумовлюють вибір відповідної стратегії розвитку підприємства.

У другому розділі *«Формування пропозицій щодо удосконалення управління маркетинговою діяльністю ТОВ «РУШ»* проаналізовано зовнішні фактори впливу на ринок дрогері-ритейлу, подано загальну характеристику та фінансове становище ТОВ «РУШ», проведено дослідження управління маркетинговою діяльністю підприємства та розроблено рекомендації щодо вдосконалення управління маркетинговою діяльністю ТОВ «РУШ», зокрема просування в соціальних мережах окремими бізнес-профілями, створення ефективного YouTube-каналу, розширення місць продажу, а також заходи щодо стимулювання збуту продукції власних торговельних марок.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Успіх в бізнесі безпосередньо залежить від успіху в маркетингу. Головним чином маркетинг в сфері бізнесу може бути визначений так - це пропозиція покупцям того, чого вони хочуть, за прийнятною ціною, в прийнятному для них місці і з необхідною часткою рекламної інформації, щоб вони вважали за краще наш товар, товарам конкурентів. Однозначно, що введення маркетингу в господарську діяльність підприємства сприяє його розвитку і підвищення ефективності його діяльності.

Управління маркетингом - це цілеспрямована діяльність з регулювання позицій фірми на ринку, за допомогою планування, організації, обліку, контролю, виконання кожної фази позиційно - діяльнісної поведінки фірми, з урахуванням впливу закономірностей розвитку ринкового простору, конкурентного середовища для досягнення прибутковості і ефективності діяльності суб'єкта на ринку.

2. Розвиток формату «дрогері» є можливістю для компанії в умовах посилення конкуренції на роздрібному ринку парфюмерно-косметичної продукції піти від прямої конкуренції з великими спеціалізованими мережами. У світі формат «дрогері» існує більше 30 років, в Україні ж подібні магазини стали з'являтися тільки недавно. Таким чином, в даний час відбувається становлення даного формату, що свідчить про його значний потенціал.

В процесі аналізу зовнішніх чинників, було виявлено, що

найсильніший вплив чинить економічний фактор. Зменшення доходів населення чинить негативний вплив (у людей зменшується потреба і можливість у придбанні товарів, що не входять до групи першої необхідності), споживчі витрати мають позитивний вплив (збільшення витрат). Збільшення рівня інфляції (ціни на товари зростають, що зменшує попит на продукцію) і валютні курси (зростання курсу іноземної валюти) чинять негативний вплив на компанію, тому що з ростом курсу підвищуються ціни на сировину, логістику тощо.

3. Підприємство «РУШ» веде досить активну маркетингову діяльність: кожні 3 тижні змінює акційні пропозиції, впроваджує розсилки існуючих знижок, обслуговує інтернет-замовлення, веде сторінки в соціальних мережах. Основні напрямки роботи є: розробка рекомендацій щодо підвищення лояльності з боку клієнтів та об'єму реалізації в цілому на товари ВТМ; підвищення ефективності ведення соціальних мереж; вихід на принципово нові місця торгівлі.

4. В роботі пропонується просування брендів ВТМ за двома напрямками: онлайн просування та офлайн. До пропозицій щодо онлайн просування включено: розвиток в соціальних мережах Instagram та Facebook окремими бізнес-профілями, створення ефективного YouTube-каналу, використовуючи рекламні інструменти та участь відомих блогерів та візажистів, співробітництво з Інтернет-платформою «Make Up» для розширення клієнтської бази та пошуку нових оптових покупців. Для офлайн просування ВТМ обрано заходи зі знижками на товари ВТМ, а також захід, що передбачає подарунок від покупки на певну суму товарів ВТМ.

АНОТАЦІЯ

Селезень А. «Управління маркетинговою діяльністю торгового підприємства (на прикладі ТОВ «РУШ»)».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «073 Менеджмент»

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2020.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємства, зокрема визначено сутність управління маркетинговою діяльністю, вивчено методи розробки бюджету маркетингу.

Проаналізовано зовнішні фактори впливу на ринок дрогерії, фінансове становище та маркетингову діяльність підприємства «РУШ».

Запропоновано практичні рекомендації щодо вдосконалення управління маркетинговою діяльністю ТОВ «РУШ».

Ключові слова: маркетинг, управління маркетинговою діяльністю, бюджет маркетингу, ринок дрогерії, роздрібна торгівля.

ANNOTATION

Selezen A. “Management of marketing activities at the trading company (LLC "RUSH")”.

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty «073 Management»

Odessa National Economics University. – Odessa, 2020.

The work deals with the theoretical aspects the management of marketing activity of the enterprise, in particular the essence of management of marketing activity is defined, methods of development of the marketing budget are studied.

Author analysis external factors of influence on the drugstore market, financial position and marketing activities of the company "RUSH".

The author introduced practical recommendations for improving the management of marketing activities of LLC "RUSH".

Keywords: marketing, marketing management, marketing budget, drugstore market, retail.