

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

Кафедра \_\_\_\_\_ Маркетингу \_\_\_\_\_  
(найменування кафедри)

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**  
**зі спеціальності «075 «Маркетинг»**  
(шифр та найменування спеціальності)  
**за освітньою програмою «Маркетинг»**  
(назва освітньої програми)

на тему: **«Удосконалення маркетингової діяльності «Лубни Маркети»  
(ФОП Копотун Вадим Дмитрович)»**

(назва теми)

**Виконавець:**

студентка 45 гр. факультету міжнародної  
економіки

Іващенко Тетяна Сергіївна \_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Науковий керівник:**

канд. екон. наук, доцент  
(науковий ступінь, вчене звання)

Тарасова Кристина Ігорівна \_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми** Ефективність ринкового механізму полягає в забезпеченні збалансованості економіки, в раціональному використанні трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, у створенні гнучких виробництв, сприйнятливих до запитів споживачів і досягненням науково-технічного прогресу. В умовах ринку підприємство є головним об'єктом господарювання, економічний простір для якого практично необмежено, але цілком залежить від уміння працювати безпомилково, адаптуючись до умов мінливої економічної середовища, і саме від того, як здійснюється маркетингова діяльність, залежить ефективність роботи компанії. Багаторічна практика маркетингової діяльності переконливо доводить, що в конкурентному середовищі тільки використання концепції маркетингу дозволяє суб'єктам ринку найбільш ефективно вирішувати проблему збуту товарів і послуг. Особливо така концепція необхідна комерційній сфері діяльності. Маркетинг стимулює розвиток системи управління маркетинговою діяльністю та стимулює формування та удосконалення іміджу підприємства.

**Метою дипломної роботи** є дослідження особливостей удосконалення маркетингової діяльності підприємства.

**Завдання дослідження:**

- дослідити сутність та принципи маркетингової діяльності підприємства;
- визначити методичні підходи до оцінювання маркетингової діяльності;
- обґрунтувати напрями управління маркетинговою діяльністю та шляхи її удосконалення;
- надати організаційно-економічну характеристику «Лубни Маркет»;
- провести дослідження маркетингової діяльності «Лубни Маркет»;
- оцінити ефективність управління маркетинговою діяльністю «Лубни Маркет»;
- визначити рекомендації щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності «Лубни Маркет»;
- розробити проект створення інтернет-магазину для просування та збуту товарів у «Лубни Маркет».

**Об'єктом дослідження** є процеси удосконалення маркетингової діяльності підприємства.

**Предметом дослідження** є сукупність теоретичних, методичних та прикладних положень щодо обґрунтування напрямів удосконалення маркетингової діяльності підприємства на сучасному етапі.

**Методи дослідження:** абстрактно-логічний (при узагальненнях сутності та принципів маркетингової діяльності підприємства); аксіоматичний (при застосуванні методичних підходів до оцінювання

маркетингової діяльності); монографічний (при представленні рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності «Лубни Маркет»); історичний (при висвітленні особливостей маркетингової діяльності підприємства); індексний (при характеристиці маркетингової діяльності «Лубни Маркет»); групування та спостереження (при оцінці показників організаційно-економічної характеристики «Лубни Маркет»), економіко-математичний (при аналізі проекту створення інтернет-магазину для просування та збуту товарів у «Лубни Маркет»).

**Інформаційна база дослідження:** праці вітчизняних і зарубіжних дослідників з проблем розвитку удосконалення маркетингової діяльності підприємства, матеріали Держкомстату України, офіційний сайт компанії «Лубни Маркет», публікації на тему управління маркетинговою діяльністю підприємства, асоціацій, рейтингових агентств, офіційні сайти Інтернету.

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (40 найменувань) та 5-ти додатків. Загальний обсяг роботи становить 104 сторінки. Основний зміст викладено на 84 сторінках. Робота містить 36 таблиць, 19 рисунків.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні основи маркетингової діяльності господарюючих суб'єктів»* розглянуто сутність та принципи маркетингової діяльності підприємства; визначено методичні підходи до оцінювання маркетингової діяльності; обґрунтовано напрями управління маркетинговою діяльністю та шляхи її удосконалення.

Зазначено, що маркетингова діяльність – це специфічна система, спрямована на максимально ефективне задоволення усіх запитів ринку, що базується на комплексному використанні усіх наявних ресурсів.

Досліджено, що для об'єктивної оцінки ефективності маркетингу необхідно оцінити всі напрями маркетингової діяльності: від реалізації управлінських функцій до застосування маркетингових інструментів, включаючи використання маркетингових ресурсів.

Визначено, що процес підвищення ефективності маркетингової діяльності – це системний, програмно-цільовий механізм взаємодії інструментів маркетингу і менеджменту щодо адаптації підприємства до змін маркетингового середовища з метою максимального задоволення потреб споживачів та цілей підприємства при ефективному розподілі обмежених ресурсів.

У другому розділі *«Аналіз ефективності управління маркетинговою діяльністю торгового підприємства «Лубни Маркет»* проаналізовано організаційно-економічну характеристику «Лубни Маркет»; проведено дослідження маркетингової діяльності «Лубни Маркет»; оцінено ефективність управління маркетинговою діяльністю «Лубни Маркет».

Проаналізовано, що протягом 2016-2020 рр. відбулося зростання рентабельності активів на 9,883%; рентабельності власного капіталу на 11,45%; рентабельності чистих активів на 11,45% та рентабельності продажу на 2,765%.

Проведення оцінки ефективності використання маркетингового комплексу підприємства дозволяє система маркетингових досліджень у «Лубни Маркет», що передбачає комплексне, системне, неупереджене і регулярне дослідження маркетингового середовища фірми, її завдань, стратегії і оперативної діяльності з метою виявлення проблем, які виникають, а також можливостей, що відкриваються розробки рекомендацій відносно плану дій щодо удосконалення маркетингових досліджень.

Визначено, що найбільший вплив на діяльність «Лубни Маркет» мають економічні та технологічні фактори. Вони мають визначальну роль у конкурентоспроможності продукції підприємства, формуванні витрат та прибутку.

У третьому розділі **«Шляхи удосконалення управління маркетинговою діяльністю «Лубни Маркет»** запропоновано рекомендації щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності «Лубни Маркет»; розроблено проект створення інтернет-магазину для просування та збуту товарів у «Лубни Маркет».

Обґрунтовано, що для забезпечення розвитку та вживання в довгостроковій перспективі «Лубни Маркет» повинна мати свій оптимальний стратегічний план як фундамент всіх інших видів планування діяльності компанії. На корпоративному рівні – це формування місії, постановка середньострокових та довгострокових цілей компанії, а також розроблення бізнес-портфеля. На рівні підрозділів побутової техніки «Лубни Маркет» та ринку – це планування маркетингових процесів і стратегії продажу чи збуту товару.

Для «Лубни Маркет» важливим є покращення механізму збуту побутової техніки, що напряду впливає на покращення фінансових результатів діяльності та відповідно позитивно впливає на розвиток підприємства. В зв'язку з цим пропонується відкриття інтернет-магазину, через який буде проводиться продаж побутової техніки.

Проаналізовано, що на умовах реалістичного сценарію розвитку за дисконтної ставки 20% отримали позитивне значення показника чиста теперішня вартість проекту (у 2021 р. показник складає 9519,1 тис. грн.), що свідчить про ефективність інвестицій.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Досліджено, що сучасні маркетологи розглядають маркетингову діяльність підприємства в двох аспектах. По-перше, як систему, яка орієнтована на тактику і стратегію активного пристосування до змін ринку. А по-друге, маркетинг – це діяльність на ринку, що реалізується за спеціальними планами і програмами. Основна сутність маркетингової діяльності полягає в тому, що він є не тільки одним з важливих напрямків щодо вдосконалення управління виробництвом і збутом продукції, але і являє собою складний соціально-економічний комплекс заходів щодо задоволення потреб споживачів. Тому важливо розглядати маркетингову діяльність як основу управління і планування на підприємстві.

2. Зазначено, що для об'єктивної оцінки ефективності маркетингу необхідно оцінити всі напрямки маркетингової діяльності: від реалізації управлінських функцій до застосування маркетингових інструментів, включаючи використання маркетингових ресурсів. Дану оцінку можна здійснити за допомогою використання системного підходу до оцінки ефективності маркетингу та на основі одержаних результатів визначити наявні недоліки та прихований потенціал кожного параметра оцінки, що дозволить прийняти правильні управлінські рішення.

3. Визначено, що процес підвищення ефективності маркетингової діяльності – це системний, програмно-цільовий механізм взаємодії інструментів маркетингу і менеджменту щодо адаптації підприємства до змін маркетингового середовища з метою максимального задоволення потреб споживачів та цілей підприємства при ефективному розподілі обмежених ресурсів. Отже, дослідження та аналіз теоретичних засад забезпечення підвищення ефективності маркетингової діяльності є передумовою ефективного функціонування системи управління маркетингом на підприємстві.

4. «Лубни Маркет» пропонує широкий асортимент побутової техніки та здійснює доставку і продаж побутової техніки в такі міста: Київ, Бориспіль, Березань, Яготин, Пирятин, Лохвиця, Хорол, Лубни додому до покупця. Протягом 2016-2020 рр. відбулося збільшення інших операційних доходів на 1794 тис. грн. У 2020 р., порівняно з 2016 р., спостерігаємо зростання адміністративних витрат на 509 тис. грн. або на 17,38%, витрат на збут на 2412 тис. грн. або на 33,25% та інших операційних витрат на 2292 тис. грн. Також варто відзначити, що протягом 2016-2020 рр. спостерігаємо збільшення чистого прибутку «Лубни Маркет» на 2193 тис. грн. або на 488,42%. Так, протягом 2016-2020 рр. «Лубни Маркет» вело прибуткову

діяльність. У 2020 р., порівняно з 2016 р., відбулося збільшення чистого прибутку «Лубни Маркет» на 2642 тис. грн. або на 488,42%.

5. Обґрунтовано, що для «Лубни Маркет» доцільно використати стратегію глибокого проникнення на ринок та стратегію горизонтальної диверсифікації, яка передбачає продаж нових видів побутової техніки. Варто відзначити, що побутова техніка «Лубни Маркет» мають доволі високу здатність конкурувати. Протягом 2018-2020 рр. відбулося зростання бюджету на маркетингові комунікації в «Лубни Маркет» на 237 тис. грн. або на 16,42%. Збільшення величини бюджету було зумовлено зростанням таких складових бюджету на маркетингові комунікації: витрати на рекламу зросли на 29,4 тис. грн. або на 7,72%; витрати на зв'язки з громадськістю зросли на 111,6 тис. грн. або на 43,3%; спостерігаємо збільшення витрат на стимулювання збуту на 301,0 тис. грн. або на 92,0%. Натомість, протягом 2018-2020 рр. відбулося скорочення витрат на персональний продаж на 205 тис. грн. або на 43%.

6. Найбільшу загрозу для підприємства представляють економічні фактори. Саме на подолання загрози з боку економічних факторів підприємству слід направити свої сильні сторони. Технологічні, політичні і соціальні фактори дають підприємству помірні можливості, які воно в силах реалізувати, якщо правильно направить на це свої сильні сторони, а також, якщо зуміє використовувати ці можливості для посилення своїх слабких сторін.

7. Плануємо підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства за рахунок залучення досвідчених маркетологів, які будуть працювати «віддалено». Варто відзначити, що запропонована система підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства буде сприяти зменшенню витрат на підприємстві, адже залучення 3-х досвідчених маркетологів, які будуть працювати «віддалено» та спілкуватимуться з клієнтами через Інтернет надасть можливість «Лубни Маркет» суттєво скоротити витрати (оренда офісу, допоміжний персонал тощо) та знизити фонд оплати праці маркетологів.

8. Для «Лубни Маркет» важливим є покращення механізму збуту побутової техніки, що напряду впливає на покращення фінансових результатів діяльності та відповідно позитивно впливає на розвиток підприємства. В зв'язку з цим пропонується відкриття інтернет-магазину, через який буде проводиться продаж побутової техніки. За допомогою створення інтернет-магазину «Лубни Маркет» завжди матиме змогу визначити, що найбільше цікавить відвідувачів, який товар викликає найбільший попит, що важливо зараз на ринку. Підсумовуючи різні можливі сценарії створення інтернет-магазину для «Лубни Маркет», слід відзначити економічну ефективність вдосконалення управління збутовою діяльністю підприємства за допомогою Інтернет-ресурсів.