

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту організацій

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

**«Управління зовнішніми комунікаціями підприємства на ринку
кабельно-провідникової продукції»**

Виконавець

студентка факультету економіки і управління
підприємництвом

Розенталь Аліна Євгенівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

К.е.н., професор

(науковий ступінь, вчене звання)

Кублікова Тетяна Борисівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми.

Висококонкурентне середовище забезпечує умови, в яких завдання просування компанії, її продукції або послуг, її бренду або торгової марки, найкраще вирішувати в форматі зовнішніх комунікацій, які поєднують різні сучасні технології. Зовнішні комунікації - це не догма і не застигла схема, а прогресивна, сприйнятлива до інновацій система, яка здатна до розвитку. Від комплексу інструментів зовнішніх (маркетингових) комунікацій, які використовує компанія залежить ефективність збутової діяльності, а отже і прибуток підприємства. Для досягнення ефективності, важливо, щоб заходи з просування та інструменти комунікацій, що використовуються компанією, відповідали особливостям ринку, на якому представлена продукція підприємства, це визначає актуальність теми кваліфікаційної роботи.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних і практичних аспектів управління зовнішніми комунікаціями підприємства та прикладне застосування отриманих результатів у процесі розробки заходів з управління зовнішніми комунікаціями ТОВ «Каблекс-Україна».

Завдання дослідження:

1. Дослідити теоретичні основи управління зовнішніми комунікаціями підприємства
2. Надати загальну характеристику та провести аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Каблекс-Україна»
3. Провести аналіз ринку кабельно-провідникової продукції
4. Розробити заходи з управління зовнішніми комунікаціями ТОВ «Каблекс-Україна»
5. Провести оцінювання ефективності запропонованих заходів

Об'єктом дослідження є ТОВ «Каблекс-Україна»

Предметом дослідження є процес управління зовнішніми комунікаціями підприємства.

Методи досліджень, використані в кваліфікаційній роботі, включають: метод абстрагування - для уточнення сутності поняття «комунікація»; систематизації - для встановлення класифікаційних підходів до видів зовнішніх комунікацій; метод ромбу національних переваг М. Портера - для визначення факторів зовнішнього середовища, що впливають на діяльність підприємств галузі; метод «Polli-Cook» – з метою аналізу життєвого циклу товару підприємства; методи економічного аналізу – для оцінки фінансового стану підприємства, для дослідження ефективності реалізації запропонованих заходів.

У роботі, з метою удосконалення управління зовнішніми комунікаціями ТОВ «Каблекс-Україна», запропоновано заходи що полягають у використанні інструментів маркетингових комунікацій, що є ефективними на певному етапі життєвого циклу товару.

Інформаційну базу дослідження склали звітність ТОВ «Каблекс-Україна», законодавчі і нормативні акти України. Під час написання кваліфікаційної роботи

використовувалися монографії, наукові статті, дані органів державної статистики. При написанні роботи використовувались комп'ютерні програми MS Word, MS Excel.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (56 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 79 сторінок. Основний зміст викладено на 72 сторінках. Робота містить 27 таблиць, 19 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні основи управління зовнішніми комунікаціями підприємства»* досліджено теоретичні основи управління зовнішніми комунікаціями підприємства, розглянуто характеристики основних елементів зовнішніх комунікацій, підходи до оцінювання їх ефективності.

У другому розділі *«Розробка заходів з управління зовнішніми комунікаціями ТОВ «Каблекс-Україна»»* надано загальну характеристику та проведено аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Каблекс-Україна», проведено аналіз ринку кабельно-провідникової продукції, розроблено заходи з управління зовнішніми комунікаціями ТОВ «Каблекс-Україна».

ВИСНОВКИ

1. За результатами аналізу тенденцій розвитку кабельної промисловості у світі та в Україні, встановлено, що світові обсяги виробництва кабельної продукції з кожним роком збільшуються у середньому на 3,3 %. Майже за всіма номенклатурними групами кабельної продукції спостерігається зростання на рівні 3-4 %. Виключенням є кабелі зв'язку зовнішньої установки мідні, зменшення темпів росту виробництва яких становили у минулому році – 8%.

2. З метою дослідження конкурентоспроможності та перспективності розвитку підприємств кабельного виробництва проведено дослідження за методом ромбу переваг М. Портера. Встановлено, що позитивними факторами, стимулюючими розвиток галузі та окремих підприємств виявилися: зростаючий попит на ринку; серед факторних умов - зростання обсягів виробництва полімерів та диверсифікація їх виробників, дешеві трудові ресурси та розвиток інфраструктури; розвиток підтримуючих галузей - розвиток будівництва, розвиток інформаційно-телекомунікаційних мереж. Серед негативних факторів виділено наступні: відтік кваліфікованих трудових ресурсів, зростання попиту та цін на мідь та алюміній на світовому ринку, високий рівень конкуренції на ринку. Зниження впливу виділених негативних факторів потребує розробки відповідних управлінських рішень.

3. На основі методики «Polli-Cook» проведемо аналіз життєвого циклу продукції ТОВ «Каблекс-Україна». Встановлено, що номенклатурна група кабелі гнучкі з оболочкою із термоелектропласту знаходиться на етапі зростання; кабелі силові, мідні, дроти самонесучі для повітряних ліній, кабелі контрольні, мідні – на стадії насичення; кабелі з ізоляцією, алюмінієві – на стадії зрілості; шнури

знаходиться на етапі спаду. На основі проведених розрахунків побудовано графічну модель життєвого циклу кожного виду продукції ТОВ «Каблекс-Україна».

4. На основі визначення стадій життєвого циклу, на яких знаходяться різні продукти ТОВ «Каблекс-Україна» розроблено рекомендації з формування програми комунікативних заходів підприємства. Для продукту, що знаходиться на першому етапі доцільними інструментами комунікацій є реклама та піар. Для продуктів другого етапу - доцільним буде реклама, піар та особистий продаж. Для продуктів третього та четвертого етапу доцільними будуть – реклама та особистий продаж. Для продуктів, що знаходяться на п'ятому етапі - стимулювання збуту.

5. На основі розроблених рекомендацій – створено програму заходів з управління зовнішніми комунікаціями ТОВ «Каблекс-Україна» на 3,4-й квартал 2021- 1,2-й квартал 2022 року. Складемо план з реалізації заходів з управління зовнішніми комунікаціями ТОВ «Каблекс-Україна».

6. На основі розрахунку показника ROI, проведено оцінювання економічної ефективності розроблених заходів. Обґрунтовано, що реалізація заходів з управління зовнішніми комунікаціями ТОВ «Каблекс-Україна» буде сприяти розвитку комунікацій підприємства, збільшенню клієнтської бази та зростанню прибутку на 2552,645 тис. грн.

АНОТАЦІЯ

Розенталь А. Є., «Управління зовнішніми комунікаціями підприємства на ринку кабельно-провідникової продукції»

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

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2021.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти управління зовнішніми комунікаціями підприємства.

Проаналізовано фінансово-господарську діяльність та ділове середовище ТОВ «Каблекс-Україна».

Запропоновано заходи з удосконалення управління зовнішніми комунікаціями ТОВ «Каблекс-Україна», що полягають у використанні інструментів маркетингових комунікацій, які є ефективними на певному етапі життєвого циклу товару.

Ключові слова: підприємство, управління, зовнішні комунікації, інструменти маркетингових комунікацій.

ANNOTATION

Rosenthal AE, "Management of external communications of the enterprise in the market of cable and wire products"

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

Odessa National Economics University. – Odessa, 2021.

The theoretical aspects of management of external communications of the enterprise are considered in the work

The financial and economic activity, business environment and competitiveness of LLC "Cablex-Ukraine" are analyzed.

Measures to improve the management of external communications of Cablex-Ukraine LLC are proposed, which consist in the use of marketing communication tools that are effective at a certain stage of the product life cycle.

Key words: enterprise, management, external communications, tools of marketing communications.