

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту організацій

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

на тему: __«Управління маркетинговою діяльністю підприємства на ринку
поліграфічних послуг»_____

(назва теми)

Виконавець:
студентка центру заочної та вечірньої
форми навчання

Бевзюк Д.С. _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:
_____старший викладач_____
(науковий ступінь, вчене звання)

_____Данчева О.М. _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми полягає в тому, що в сучасному бізнесі ефективне управління маркетингом виявляється одним з найсуттєвіших факторів для досягнення успіху компанії. У зв'язку з постійно змінюваним бізнес-середовищем, що відзначається загостреною конкуренцією, стає важливим вдосконалення діяльності підприємства в цілому, зокрема, його маркетингових стратегій, щоб набути переваги на ринках як внутрішніх, так і зовнішніх. Зростання конкурентного тиску вимагає пошуку нових шляхів для забезпечення конкурентоспроможного розвитку сучасних підприємств. Незадовільна прибутковість часто виникає внаслідок неефективного управління маркетинговою діяльністю. Тому дослідження питань оптимізації цього управління та розробка відповідних методичних рекомендацій стає надзвичайно актуальними.

Мета дослідження: є обґрунтування теоретичних та дослідження практичних аспектів управління маркетинговою діяльністю підприємства в умовах конкурентної боротьби.

Завдання дослідження:

- визначити поняття, сутність та функції системи управління маркетинговою діяльністю підприємства;
- проаналізувати моделі маркетингу та їх роль в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства;
- визначити методи оцінювання ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємств;
- провести аналіз стану видавничо-поліграфічного ринку України;
- надати загальну характеристику та проаналізувати фінансово-економічний аналіз показників діяльності ТОВ «Vikol print»;
- провести оцінку маркетингового середовища ТОВ «Vikol print»;
- окреслити напрямки вдосконалення маркетингової діяльності на ТОВ «Vikol print» та проведена оцінка ефективності запропонованих заходів.

Об'єкт дослідження: ТОВ «Vikol print».

Предмет дослідження: процес управління маркетинговою діяльністю ТОВ «Vikol print».

Методи дослідження: абстрактно-логічний метод; статистично-економічні групування: використовувалися для обробки статистичних даних щодо діяльності ТОВ «Vikol print», його конкурентів та ринкових умов; табличний метод, застосовувався для систематизації, організації та аналізу отриманих даних у вигляді таблиць. Ці методи дозволили систематизувати та аналізувати інформацію з метою досягнення поставлених цілей дослідження щодо маркетингової діяльності ТОВ «Vikol print» та визначення шляхів її підвищення.

Інформаційна база дослідження нормативно-правове забезпечення, яке включає в себе норми і правила, що регулюють працю на підприємстві; фінансова та статистична звітність підприємства, яка відображає фінансовий стан і результати діяльності; матеріали науково-практичних конференцій та спеціалізовані періодичні видання, які містять результати наукових досліджень і практичний досвід у сфері маркетингової діяльності підприємств.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (__22__ найменувань). Загальний обсяг роботи становить _60_ сторінок. Основний зміст викладено на _58_ сторінках. Робота містить __22__ таблиці, __12__ рисунків, 4 формули.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ:

У першому розділі «ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА» визначено поняття, сутність та функції системи управління маркетинговою діяльністю підприємства; проаналізовано моделі маркетингу та їх роль в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства.

У другому розділі «АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ТОВ «Vikol print» проведено аналіз стану видавничо-поліграфічного ринку України; надана загальна характеристика та проаналізовано фінансово-економічний аналіз показників діяльності ТОВ «Vikol print»; проведена

оцінка маркетингового середовища ТОВ «Vikol print»; окреслені напрямки вдосконалення маркетингової діяльності на ТОВ «Vikol print» та проведена оцінка ефективності запропонованих заходів.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Маркетингова діяльність виступає ключовим елементом успішної роботи будь-якого підприємства. Вона допомагає підприємству адаптуватися до змін у ринковому середовищі та відповідати на потреби клієнтів. Це комплексний процес, що включає в себе планування, вивчення ринку, аналіз конкурентів, стратегічне планування та реалізацію маркетингових заходів.
2. Система маркетингової діяльності дозволяє підприємству ефективно взаємодіяти зі своїм ринком, визначати цілі та стратегії, а також відстежувати їхнє виконання. Кожна з підсистем управління маркетинговою діяльністю відіграє важливу роль у досягненні маркетингових цілей та забезпеченні успіху підприємства на ринку.
3. Існуючі моделі маркетингу відображають різноманітні аспекти стратегічного управління підприємством. Кожна з цих моделей має свої унікальні особливості та спрямована на вирішення конкретних завдань. Однак, їх загальна мета полягає в тому, щоб допомогти підприємствам досягти конкурентної переваги та створити цінність для споживачів. Ефективне управління підприємством вимагає впровадження комплексного маркетингового підходу, який буде враховувати як зовнішні, так і внутрішні фактори впливу. Використання різноманітних моделей маркетингу допоможуть підприємствам адаптуватися до змін у ринковому середовищі, залучити та утримати клієнтів, збільшити конкурентоспроможність та досягти стратегічних цілей.
4. Застосування системного підходу до оцінки маркетингової ефективності дозволяє оцінити всі аспекти маркетингової діяльності комплексно та з урахуванням їх взаємозв'язків. Це може включати аналіз стратегій, тактик,

інструментів просування, дослідження ринку, а також оцінку використання бюджету та ресурсів.

5. Підприємствам видавничо-поліграфічної галузі для успішного функціонування в умовах сьогодення необхідно ретельно вивчати та прогнозувати тенденції ринку, а також гнучко адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі. Це дозволить зайняти свою нішу на ринку видавничо-поліграфічних послуг та своєчасно коригувати стратегію подальшого розвитку.
6. Конкуренція на поліграфічному ринку досить висока, а отже досліджуваному підприємству необхідно проаналізувати свої недоліки, свій потенціал розвитку та запропонувати унікальні конкурентні переваги споживачу.
7. Фінансова стійкість компанії викликає певні труднощі, що потребує уваги. Для подолання цих викликів підприємство має провести модернізацію виробництва, активно зменшувати дебіторську заборгованість та впроваджувати інноваційні технології при виробництві продукції.
8. Впровадження запропонованого проекту призведе до зростання обсягів продажів на 10,25% у 2025 році, порівняно з 2023 роком, продуктивність праці зросте на 17,7%, прибутковість – на 10,25%, а дебіторська заборгованість скоротиться на 19%.
9. Таким чином, впровадження інформаційних систем, в тому числі ERP-системи на ТОВ «Vikol print» забезпечить не тільки вдосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства, а й прибутковість досліджуваного підприємства.