

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

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 075 Маркетинг
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою
Маркетинг та міжнародна логістика
(назва освітньої програми)

на тему: Маркетинговий аналіз та розробка пропозицій щодо логістичної
діяльності підприємства ТОВ «ТД МОЛДАВІЗОЛІТ»
(назва теми)

Виконавець:
студентка 45 групи ФМЕ
Векліч Ірина Віталіївна

/підпис/

Науковий керівник:
Доктор економічних наук, професор кафедри
маркетингу та міжнародної логістики
(науковий ступінь, вчене звання)
Стрій Любов Олексіївна

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Маркетинг та логістика взаємодіючи створюють певну синергію, яка сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства в умовах змінного та вимогливого ринкового середовища.

Маркетинговий аналіз - це важливий інструмент для підприємств, що надає інформацію про зміни в маркетинговому середовищі для покращення маркетингового управління та розвитку бізнесу. Включає в себе систематичний аналіз ринку, конкурентів, товарів, попиту та пропозиції, поведінки споживачів та ринкової кон'юнктури для ефективного просування продукції на ринку.

Логістична діяльність підприємства - це вид господарської діяльності, який включає в себе планування, організацію, управління та контроль матеріальних потоків від виробництва до споживання. Цей процес має оптимізувати витрати та зменшити ризики для підприємства. Логістика є науково-практичним напрямом управління логістичними потоками для досягнення стратегічних цілей.

Оскільки метою логістичної діяльності є гармонізація інтересів виробників, постачальників і споживачів, то її основними напрямками є вдосконалення параметрів вхідних потоків ресурсів на основі покращення зв'язків з постачальниками; вдосконалення внутрішніх потоків, тобто результатів і погодженості дій підрозділів підприємства; вдосконалення зв'язків зі споживачами, забезпечення найбільш точної відповідності вихідних потоків товарів та послуг їх вимогами.

В умовах сучасного ринку українські підприємства виробничого та комерційного спрямування постійно вирішують складні завдання – утримання своїх позицій на ринку та збереження рентабельної діяльності. А з іншого боку – постійні, а часто і різкі зміни ринкової ситуації вимагають перегляду основних напрямів діяльності підприємства, його стратегії і тактики.

Актуальність обраної теми - «Маркетинговий аналіз та розробка пропозицій щодо логістичної діяльності підприємства ТОВ «ТД МОЛДАВІЗОЛІТ»», обумовлена тим, що ця проблема в умовах сучасного ринку потребує постійного вивчення та дослідження.

Мета дослідження. Метою кваліфікаційної роботи є обґрунтування теоретичних положень, методичних підходів та науково-прикладних рекомендацій щодо управління логістичної діяльності ТОВ «ТД МОЛДАВІЗОЛІТ»

Завдання дослідження:

- визначити теоретичні основи маркетингового аналізу та логістичної діяльності підприємства;
- розглянути техніко-економічну характеристику ТОВ «ТД МОЛДАВІЗОЛІТ»;
- проаналізувати економічну діяльність ТОВ «ТД МОЛДАВІЗОЛІТ»;
- дослідити організацію логістичної діяльності підприємства;
- надати пропозиції з покращення організації логістичної діяльності ТОВ «ТД МОЛДАВІЗОЛІТ»;

— рекомендувати шляхи удосконалення логістичної діяльності.

Об'єктом дослідження є процеси маркетингового аналізу й розробки пропозицій щодо логістичної діяльності ТОВ «ТД МОЛДАВІЗОЛІТ»

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та прикладних положень щодо дослідження маркетингового аналізу та удосконалення логістичної діяльності підприємств

Методи дослідження Теоретичною та методологічною базою дослідження виступає загальнонауковий діалектичний метод пізнання маркетингової та логістичної діяльності. Використані методи аналізу та синтезу, історичного та логічного, наукової абстракції, групування, порівняння і графічного представлення результатів.

Інформаційна база дослідження дані офіційних статистичних джерел, інтернет ресурси, наукові праці та періодична література з маркетингу та логістики, внутрішня звітність підприємства.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (49 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 95 сторінок. Основний зміст викладено на 77 сторінках. Робота містить 17 таблиць, 11 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ ТА ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»** охарактеризовано сутність поняття маркетинговий аналіз підприємства та погляди вчених, розглянуто логістичну діяльність підприємства, основні задачі та принципи, надано тенденції та проблеми розвитку маркетингової логістичної діяльності підприємствата.

У другому розділі **«МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»** надано техніко-економічну характеристику ТОВ «ТД МОЛДАВІЗОЛІТ»; проаналізовано економічну діяльність ТОВ «ТД МОЛДАВІЗОЛІТ»; охарактеризовано організацію логістичної діяльності ТОВ «ТД МОЛДАВІЗОЛІТ»

У третьому розділі **«ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»** надано пропозиції з покращення організації логістичної діяльності на підприємстві ТОВ «ТД МОЛДАВІЗОЛІТ»; розроблено основні переваги запропонованих шляхів удосконалення логістичної діяльності ТОВ «ТД МОЛДАВІЗОЛІТ»

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Маркетинговий аналіз є важливим інструментом для підприємств для надання інформації про зміни в маркетинговому середовищі, покращення управління маркетингом і розвитку бізнесу.

2. Логістична діяльність є ключовим компонентом ланцюга поставок, і її метою є задоволення потреб клієнтів і підвищення ефективності підприємства. Серед причин, що стримують розвиток логістики в Україні, слід зазначити: незацікавленість держави у вирішенні проблем логістики, що проявляється у відсутності правових засад, навчальних центрів та фахівців, загальну економічну кризу, яка зупиняє зміни через невирішеність питань власності та падіння виробництва.

3. ТОВ «ТД Молдавізоліт» є єдиним офіційним представником ЗАО «Завод «Молдавізоліт» (Молдова) на території України. Підприємство здійснює торгівлю електроізоляційними матеріалами електротехнічного призначення. Товариство здійснює придбання та поставки товарів згідно замовлень своїх клієнтів. Товари ТОВ «ТД МОЛДАВІЗОЛІТ» реалізуються як на внутрішньому ринку України так і на зовнішньому ринку. Товариство здійснює тільки оптовий продаж товарів та продукції.

4. В даний час продукція, що постачається ТОВ «ТД МОЛДАВІЗОЛІТ», має стратегічне значення для України, бо використовується для: відновлення енергетичної інфраструктури, яка пошкоджується під час дій ворожої агресії з боку РФ; виробництва авіаційних двигунів та газотурбінних установок, які експлуатуються на літаках та вертольотах (наразі військових); модернізації, ремонту та технічного обслуговування військової техніки. Основні споживачі: ПП «Енергомир», ПрАТ «Запоріжтрансформатор», ПАТ «Мотор Січ», ТОВ "НОВОАБРАЗИВ", ДККБ «Луч», ТОВ «Сонар», ПрАТ «Стальканат».

5. ТОВ «ТД Молдавізоліт» організовує свою логістичну діяльність засобом координації та оптимізації в часі та просторі всіх матеріальних, трудових елементів логістичного процесу для досягнення поставлених цілей підприємством з витрачанням мінімальних ресурсів.

6. Проаналізувавши логістичну діяльність ТОВ «ТД Молдавізоліт», було виявлено, що підприємство використовує застарілі підходи та не впроваджує інновації. Це в свою чергу стримує розвиток підприємства та можливість здійснювати свою діяльність ефективно. Тож ТОВ «ТД Молдавізоліт» було рекомендовано реалізувати наступні три основні шляхи для удосконалення логістичної діяльності:

- a. впровадження та використання технології Blockchain;
- b. впровадження інформаційної системи Supplier Relationship Management;
- c. впровадження технології Інтернету речей (IoT);

7. Проаналізувавши основні переваги запропонованих заходів, було виявлено, що логістична система підприємства повинна постійно розвиватися і ставати все складнішою. Приділивши увагу ризикам впровадження запропонованих іновацій та застосувавши запропоновані превентивні дії, підприємство таким чином розпочне оптимізацію логістичної діяльності та підвищить рівень цифровізації транспортних бізнес-процесів.