

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА МІЖНАРОДНОЇ ЛОГІСТИКИ

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: «Особливості маркетингової діяльності компанії "Marangoz"
на ринку виробників меблів»

Виконавець:
студентка ФМЕ
Станкова Анна Миколаївна



/підпис/

Науковий керівник:
старший викладач
Полянська Ольга Євгеніївна

/підпис/

Одеса 2024

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Маркетингова діяльність є невід'ємною складовою успішного функціонування будь-якого підприємства на сучасному ринку. Особливо актуальним це питання постає для виробників меблів, де конкуренція є надзвичайно високою, а вимоги споживачів постійно зростають.

Актуальність теми дослідження. Компанія "Marangoz" є одним із провідних виробників меблів в Україні, що спеціалізується на виготовленні високоякісних меблів на замовлення. Незважаючи на тривалу присутність на ринку та визнання деяких споживачів, компанія стикається з низкою викликів, пов'язаних із маркетинговою діяльністю. Зокрема, необхідно постійно відстежувати зміни споживчих уподобань, адаптувати послуги до нових тенденцій, ефективно просувати бренд та залучати нових клієнтів. Саме тому дослідження особливостей маркетингової діяльності компанії "Marangoz" на ринку виробників меблів є актуальним та необхідним для забезпечення її подальшого розвитку та конкурентоспроможності.

Метою дипломної роботи є аналіз маркетингової діяльності компанії "Marangoz" на ринку виробників меблів з метою виявлення особливостей, які сприяють її конкурентоспроможності та стабільному розвитку.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити завдання:

1. Вивчити теоретичні основи маркетингової діяльності на підприємстві та ринку виробників меблів, її сутність, роль та особливості комплексу маркетингу.
2. Проаналізувати сучасні тенденції у маркетингу меблевої галузі.
3. Дослідити загальну характеристику підприємства "Marangoz", проаналізувати його зовнішнє та внутрішнє середовище.
4. Охарактеризувати комплекс маркетингу компанії "Marangoz" та оцінити його ефективність.

5. Розробити рекомендації щодо удосконалення маркетингової діяльності підприємства та надати пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності компанії "Marangoz".

Об'єктом дослідження є процес маркетингової діяльності компанії "Marangoz" на ринку виробників меблів в Україні.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти вдосконалення маркетингової діяльності компанії "Marangoz" на ринку виробників меблів.

У процесі дослідження будуть використані такі методи:

- Аналіз та узагальнення наукової літератури з питань маркетингової діяльності на ринку виробників меблів.

- Статистичний аналіз даних про стан ринку виробників меблів в Україні.

- Порівняльний аналіз маркетингових стратегій компанії "Marangoz" та її основних конкурентів.

- Анкетування споживачів для вивчення їхніх уподобань та ставлення до продукції компанії.

- SWOT-аналіз для визначення сильних та слабких сторін, можливостей та загроз для компанії "Marangoz".

Інформаційною базою дослідження слугуватимуть наукові публікації вітчизняних та зарубіжних авторів, статистичні дані державних органів та галузевих асоціацій, Інтернет-джерела, внутрішня звітність компанії "Marangoz", результати опитувань споживачів та експертні оцінки фахівців галузі.

Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Основний текст становить 76 сторінок, містить 19 таблиць, 10 рисунків та 2 додатка. Бібліографічний список нараховує 39 літературне джерело, які викладено на 53 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі кваліфікаційної роботи розглянуто теоретичні основи маркетингової діяльності на ринку виробників меблів, проаналізовано сучасні тенденції та складові маркетингу.

У другому розділі проведено детальний аналіз маркетингового середовища компанії "Marangoz". Виконано PEST- та SWOT-аналізи, досліджено фінансово-господарську діяльність, організаційну структуру та конкурентні позиції підприємства.

У третьому розділі проаналізовано діяльність компанії "Marangoz" та запропоновано рекомендації щодо покращення її маркетингової діяльності та загальної ефективності.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

В випускній кваліфікаційній роботі проведено практичне дослідження особливостей маркетингової діяльності підприємства "Marangoz" ФОП Станков.

Підприємство "Marangoz" ФОП Станков - це українська компанія, що спеціалізується на виготовленні та продажі меблів з натурального дерева під замовлення. За час свого існування компанія здобула стійку репутацію надійного виробника якісної та стильної меблів.

У першому розділі було розглянуто теоретичні основи маркетингової діяльності на ринку виробників меблів:

Маркетингова діяльність компанії "Marangoz" ґрунтується на принципах задоволення потреб споживачів через створення, просування та підтримку високоякісних продуктів. Основними складовими маркетингової діяльності є:

- Дослідження ринку: вивчення поведінки споживачів, їхніх уподобань, тенденцій та конкурентного середовища.
- Розробка продуктів: створення нових товарів або послуг, вдосконалення існуючих або пристосування їх до специфічних потреб ринку.

- **Просування:** використання різноманітних медіа-каналів для залучення уваги споживачів та підвищення усвідомленості про продукт або бренд.

Також було проведено аналіз сучасних тенденцій у маркетингу меблевої галузі, включаючи зростання ролі цифрових технологій, персоналізацію продуктів, екологічні аспекти та зміни в споживчих уподобаннях.

У другому розділі було проведено детальний аналіз маркетингового середовища компанії «Marangoz». PEST-аналіз виявив, що зовнішні фактори, такі як політична ситуація, економічні умови, соціокультурні тенденції та технологічні інновації, мають значний вплив на діяльність підприємства. SWOT-аналіз допоміг визначити сильні та слабкі сторони компанії, а також можливості та загрози, що виникають на ринку.

Було встановлено, що «Marangoz» має міцні позиції на ринку завдяки високій якості продукції, кваліфікованим персоналом, індивідуальному підходу до клієнтів та можливості кастомізації. Також стабільним фінансовим станом, що підтверджується сталим обсягом доходу. Важливу роль в цьому відіграє не лише виробництво, але й висока ефективність податкового планування, що відображено у сплаті податкових зобов'язань у розмірі 2% від доходу, свідчачи про відповідальний фінансовий підхід компанії

Проведений аналіз фінансово-господарської діяльності ФОП "Marangoz" за 2020-2023 роки показує, що динаміка чистого прибутку, незважаючи на скорочення у 2022 році на 27% порівняно з 2021 роком, чистий прибуток зріс у 2023 році на 5,9%, що підтверджує фінансову стійкість підприємства.

Рентабельність підприємства знизилася з 10,73% у 2020 році до 8,81% у 2023 році, що пов'язано зі змінами в країні.

ФОП "Marangoz" демонструє стабільний фінансовий стан та здатність адаптуватися до змін ринкових умов, зберігаючи прибутковість протягом аналізованого періоду.

Аналіз організаційної структури компанії виявив відсутність маркетингового відділу та посади маркетолога, що негативно впливає на

ефективність маркетингової діяльності. Для вирішення цієї проблеми було запропоновано створити маркетинговий відділ та призначити кваліфікованого спеціаліста, відповідального за розробку та реалізацію маркетингових стратегій. Також було прораховано бюджет на маркетинг.

Метод експертних оцінок виявив, що ФОП Станков "Марангоз" має сильні конкурентні позиції на ринку меблів завдяки високій якості продукції (4,2 бали за шкалою від 1 до 5) та кваліфікованому персоналу (4 бали).

Інтегральний показник конкурентоспроможності (ІПК) ФОП Станков "Марангоз" становить 3,967, що свідчить про "вище середнього" рівень конкурентоспроможності.

Також у даній дипломній роботі було проаналізовано діяльність компанії "MARANGOZ" та запропоновано ряд рекомендацій для покращення її маркетингової діяльності та загальної ефективності.

Впровадження маркетингового відділу та найм кваліфікованого маркетолога дозволить компанії розробити та впровадити ефективні маркетингові стратегії, що призведе до збільшення обізнаності про бренд та залучення нових клієнтів. Очікувані витрати на це становлять 29 300–35 600 грн на місяць.

Використання різноманітних рекламних каналів (соціальні мережі, інтернет-реклама, телебачення, прямий маркетинг) з персоналізованим контентом дозволить охопити ширшу аудиторію та підвищити ефективність маркетингових кампаній.

Участь у спеціалізованих меблевих виставках, таких як KIFF (Київ), дозволить компанії встановити нові контакти, отримати замовлення та збільшити прибуток. За оцінками, участь у KIFF може принести до 250 000 грн прибутку при витратах 47 000 грн.

Впровадження запропонованих рекомендацій дозволить компанії "MARANGOZ" значно покращити свою маркетингову діяльність, розширити

клієнтську базу, збільшити обсяги продажів та зміцнити свої позиції на ринку меблів. Це сприятиме загальному зростанню та успіху компанії.