

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УКРАИНЫ  
ОДЕССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Кафедра маркетинга

Допущено к защите  
Заведующая кафедрой  
д.э.н., профессор Литовченко И.Л.  
“ ” \_\_\_\_\_ 2017 г.

**ВЫПУСКНАЯ РАБОТА**  
**на получение образовательной степени бакалавра**  
**по специальности 6.030507 «Маркетинг»**

на тему:

«Маркетинг промышленного предприятия на примере ЗАО "Молдавизолит"»

**Исполнитель**

студент факультета международной экономики

Пугачева Анна Олеговна

(фамилия, имя, отчество)

/подпись/

**Научный руководитель**

к.э.н., доцент

(научная степень, ученое звание)

Оснач Ольга Федоровна

(фамилия, имя, отчество)

/подпись/

**Одесса 2017**

## СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	3
<b>РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ</b> .....	5
1.1. Сущность, цели, задачи и функции маркетинга промышленного предприятия.....	5
1.2. Концепции управления маркетингом и комплекс маркетинга на промышленном предприятии.....	10
1.3. Маркетинговая стратегия как инструмент развития промышленного предприятия .....	26
<b>Выводы по разделу 1</b> .....	35
<b>РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ЗАО «МОЛДАВИЗОЛИТ»</b> .....	36
2.1. Общая характеристика деятельности предприятия ЗАО «Молдавизолит».....	36
2.2. Анализ маркетинговой среды ЗАО «Молдавизолит».....	46
2.3. Анализ и оценка эффективности комплекса маркетинга ЗАО «Молдавизолит» .....	58
<b>Выводы по разделу 2</b> .....	70
<b>РАЗДЕЛ 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАО «МОЛДАВИЗОЛИТ»</b> .....	71
3.1. Пути повышения конкурентоспособности ЗАО «Молдавизолит».....	71
3.2. Совершенствование основных составляющих комплекса маркетинга на ЗАО «Молдавизолит».....	80
<b>Выводы по разделу 3</b> .....	91
<b>ВЫВОДЫ</b> .....	92
<b>Список использованных источников</b> .....	95
Приложения	

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность работы.** В настоящий момент маркетинг является одной из важнейших экономических дисциплин и неотъемлемой частью деятельности каждой компании. От того, насколько правильно построена система маркетинга на предприятии, зависит его эффективное функционирование.

Маркетинговая деятельность промышленного предприятия направлена на то, чтобы достаточно обоснованно, опираясь на запросы промышленного рынка, устанавливать конкретные текущие и главным образом долгосрочные (стратегические) цели, пути их достижения и реальные источники ресурсов хозяйственной деятельности; определять ассортимент и качество продукции, ее приоритеты, оптимальную структуру производства и желаемую прибыль.

Дипломная работа посвящена исследованию маркетинговой политики промышленного предприятия ЗАО «Молдавизолит», изучению ее особенностей на рынке электроизоляционных и диэлектрических материалов.

**Целью** дипломной работы является разработка мероприятий по усовершенствованию маркетинговой деятельности исследуемого промышленного предприятия, направленных на обеспечение максимально эффективного использования возможностей маркетинга. Во время работы будут обнаружены сильные и слабые стороны компании в сравнении с конкурентами, маркетинговые возможности и угрозы, которые будут получены в результате проведения анализа макро- и микромаркетинговой среды.

Для достижения цели исследования представляется целесообразным решить следующие **задачи**:

- раскрыть сущность и содержание маркетинга промышленного предприятия;
- обосновать важность формирования маркетинговой стратегии предприятия;
- проанализировать общую деятельность предприятия и выявить тенденции его развития;
- провести анализ маркетинговой среды на предприятии ЗАО «Молдавизолит»;

- проанализировать комплекс маркетинга ЗАО «Молдавизолит» и выявить основные проблемы;

- предложить основные пути улучшения маркетинговой политики на предприятии и разработать рекомендации по улучшению ее маркетинговой деятельности.

**Объектом исследования** является деятельность предприятия, которое является одним из крупнейших на рынке электроизоляционных и диэлектрических материалов.

**Предметом исследования** является анализ влияния маркетингового подхода на эффективность деятельности ЗАО «Молдавизолит».

**Информационную базу исследования** составляют труды украинских и зарубежных ученых по маркетингу, менеджменту и ресурсы Интернет.

**Структура работы.** Работа состоит из введения, трех разделов, выводов, списка использованных источников и приложений.

### Выводы по разделу 3

С целью повышения конкурентоспособности завода нами были разработаны стратегии SWOT-анализа, на основании чего были предложены основные пути повышения конкурентоспособности, а именно:

1) Обоснована необходимость и преимущества внедрения нового оборудования, рекомендовано воспользоваться услугами лизинга. Сумма лизинговых платежей в первый год составит 46550 долл.;

2) Создание готовой основы для печатных плат. Степень новизны нового товара составила 66%, а экономическая эффективность от внедрения предложения колеблется от 82% до 445%.

3) Разработаны рекомендации по снижению затрат на производство продукции по двум направлениям: сокращение внешних и внутренних затрат.

Для усовершенствования товарной политики предлагается мероприятие по экономии материалов на упаковку электроизоляционных материалов. Экономический эффект от замены упаковки на более экономичную составит не менее 32036 тыс. руб. ПМР в год. Рекомендуется пересмотреть систему дилерских скидок и устанавливать их в зависимости от формы оплаты. Наибольшую дилерскую скидку рекомендуется предоставлять при покупке больше 10 т продукции и полной предоплате.

Для расчета цен заводом предложен также «метод полных издержек». Было произведено установление цены на ранее предлагаемый новый товар путем старого и нового методов и сравнение экономической эффективности от обоих методов. Годовая экономическая эффективность от предложенного «метода полных издержек» повышается на 1,18%.

Было предложено улучшить интернет-маркетинг завода путем вложения средств в SEO и контекстную рекламу. Эффективность вложений в SEO за полгода – 354%, эффективность вложений в контекстную рекламу за такой же период составило 509%. Рекомендуется постепенно улучшать интернет-сайт предприятия.

## ВЫВОДЫ

Промышленный маркетинг как порождение рыночной экономики является в определенном смысле философией производства, полностью подчиненной условиям и требованиям рынка, находящимся в постоянном динамическом развитии под воздействием широкого спектра экономических, политических, научно-технических и социальных факторов. Эффективную работу предприятия и его конкурентные преимущества на рынке обеспечивает реализация концепций маркетинга, т.е. маркетинговый подход в управлении предприятием и наиболее полная и эффективная реализация комплекса маркетинга.

В 1 разделе дипломной работы были изучены сущность, задачи и функции промышленного маркетинга. Основными целями промышленного маркетинга явились:

- максимальное удовлетворение потребностей потребителей;
- достижение превосходства над конкурентами;
- завоевание рынка и увеличение своей доли на нем.

Были рассмотрены концепции маркетинга, дана характеристика основных составляющих комплекса маркетинга.

Было выявлено, что маркетинговая стратегия дает предприятию преимущества, которые проявляются в повышении конкурентоспособности предприятия и его продукции, снижении чувствительности потребителей к цене, а также упрощении доступа к финансовым, информационным, трудовым и другим ресурсам.

Во 2 разделе дипломной работы был проведен анализ организационной структуры завода «Молдавизолит» и его технико-экономических показателей.

На протяжении анализируемого периода завод был прибыльным. Доход от реализации продукции в 2016 году составил 192772 тыс. руб. ПМР. Чистая прибыль увеличилась на 1304,7 тыс. руб. ПМР, что на 13,2% больше, чем в 2015 году. В 2016 среднесписочная численность работников завода была увеличена на 39 человек.

Расчет коэффициентов динамики основных средств показал, что за исследуемый период коэффициент износа составляет примерно 77%. Динамика коэффициента выбытия положительная и составляет в 2016 г. 4,1%. Доля основных средств в активах увеличивается и достигает 61,6%, что свидетельствует либо о расширении, либо о модернизации финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Проанализировав показатели рентабельности, можно сделать вывод, что ЗАО «Молдавизолит» является среднерентабельным предприятием.

В дипломной работе были охарактеризованы поставщики, дилеры и потребители продукции завода. Выявлены основные конкуренты и проведен анализ конкурентоспособности предприятия.

Насыщенность номенклатуры составляет 23 товарные позиции, которые похожи по назначению и технологиями производства, поэтому она является гармоничной. Наибольший объем выпуска и реализации в структуре товарной продукции занимают электроизоляционные листовые материалы электротехнического назначения – 944,1 т. за 2016 год.

Цены на реализуемую продукцию зависят от структуры их себестоимости: затрат на сырье и электроэнергию, необходимую для их производств. ЗАО «Молдавизолит» использует методику расчета цены «средние затраты плюс прибыль».

Завод реализует свою продукцию как через торговые дома – ООО «ТД «Молдавизолит», расположенные в России и Украине, так и через свои официальные представительства и дилеров. Основными рынками сбыта являются: Россия, Украина, Беларусь и страны дальнего зарубежья (Германия, Чехия, Латвия, Польша)

Предприятием активно изготавливаются печатная и сувенирная продукция, а именно: буклеты, с описанием преимуществ выпускаемой продукции и ценами, брошюры, папки, ручки и календари, которые распространяются через торговых агентов в торговых домах, на выставках. Завод также активно продвигает свою продукцию, рассказывает о новостях предприятия через собственный интернет-сайт

Предприятие каждый год принимает участие в международных выставках и ярмарках, а также научно-технических конференциях и семинарах.

В 3 разделе дипломной работы были предложены мероприятия по усовершенствованию конкурентоспособности завода:

- создание готовой основы для печатных плат и расчеты экономической эффективности данного мероприятия в зависимости от прогнозов по поводу увеличения объемов продаж;

- минимизация затрат на производство продукции путем сокращения внешних и внутренних затрат;

- обновление оборудования, которое будет основано на разработке бизнес-плана по закупке новой техники и услуге лизинга.

Также предложены направления совершенствования промышленного маркетинга и его комплекса на предприятии, в частности:

- рассчитана эффективность мероприятия по экономии материалов на упаковку электроизоляционных материалов;

- рекомендовано усовершенствовать ценовую политику заводу путем использования нового метода ценообразования, который основан на полных издержках, при установлении цены на новое изделие

- предложены рекомендации по установлению оптимальных дилерских и оптовых скидок;

- предложены рекомендации по усовершенствованию интернет-маркетинга на предприятии;

- даны рекомендации по улучшению официального интернет-сайта предприятия.

С помощью этих основных направлений совершенствования маркетинговой деятельности ЗАО «Молдавизолит» сможет улучшить промышленный маркетинг на предприятии, повысить объемы продаж и минимизировать расходы.



### Список использованных источников

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление/ Дэвид Аакер. – СПб.: Питер, 2012. – 542 с.
2. Альтшулер И. О стратегии, маркетинге и консалтинге. – М.: ИД Дело РАНХиГС, 2014. – 632 с.
3. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг. 3-е изд. - СПб.: 2010. – 576 с
4. Бойчук И. В Маркетинг промышленного предприятия. : учеб. пособ. / И. В. Бойчук, А. Я. Дмитров – К.: «Центр учебной литературы», 2014. –360 с.
5. Габиева М. Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. – М.: Буки-Веди, 2015. — 165 с.
6. Диксон Р. Управление маркетингом / Р. Диксон Питер; пер. с англ. – М.:ЗАЩ «Издательство БИНОМ», 2008 – 560 с.
7. Дорош А.И. Маркетинговая стратегия в системе обеспечения конкурентоспособности предприятия / А.И. Дорош // Вестник Национального университета «Львовская политехника». Серия «Логистика». – 2011. - № 684. – 89 с.
8. Barry Feig. «Winning Marketing Strategies. Hundreds of Proven-Effective Marketing and Sales Strategies for Every Business Situation», 2013.
9. Зозулев А.В. Промышленный маркетинг: рыночная стратегия. [Учебное пособие]/ А.В. Зозулев. - К.: Центр образовательной литературы, 2011. – 569 с.
10. Ковалев М.Н. Стратегическое управление маркетингом, концепция, методы, модели. – Изд-во: Lap Lambert Academic Publishing, 2012. – 244 с.
11. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: экспресс-курс / пер. с англ. И. Малкова. СПб.: Питер, 2012.
12. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер.,Г. Армстронг. – М.:«Вильямс», 2015. – 656 с.
13. Куденко Н.В. Стратегический маркетинг : учебник /; ГБУЗ Киев. нац. экон. ун-т им. В. Гетмана. - К.: КНЭУ, 2012. – 151 с.

14. Ламбен Ж-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: стратегический и операционный маркетинг / СПб.: Питер, 2011 – 787 с.
15. Литовченко И.Л., Шкурупская И.А. Маркетинговая политика коммуникаций. Конспект лекций для студентов ОНЭУ, 2015.
16. Литовченко И. Л. Интернет-маркетинг. Учебное пособие – К.: Центр учебной литературы, 2011. – 332 с.
17. Стив Минетт. Маркетинг B2B и промышленный брендинг. – Издательство: М.:«Вильямс», 2011. – 208 с.
18. Оснач О.Ф., В. П. Пилипчук, Л. П. Коваленко. Промышленный маркетинг — К.: Центр учебной литературы, 2011. – 359 с.
19. Оснач О.Ф. Маркетинг промышленного предприятия в схемах и рисунках: Учебное пособие - Одесса: ОНЭУ, 2015. – 315 с.
20. Парахина В.Н. Стратегический менеджмент [Учебник] / Парахина В.Н., Максименко Л. С., Панасенко С. В. - КноРус, 2011. – 496 с.
21. Пугачева А.О. Статья «Инновационный маркетинг как инструмент развития промышленного предприятия». ОНЭУ, 2017
22. Сагинова О.В. Интегрированные коммуникации. Учебник для вузов., М.: изд. дом Академия, 2013 – 319 с.
23. Соловьёв Б.А. Управление маркетингом. – М., 2000. – 340 с.
24. Старостина А.А. Промышленный маркетинг: теория, мировой опыт, украинская практика: учеб. / А.А. Старостина, А.А. Длигач, В.А. Кравченко. – К.: Знания, 2012. – 764 с.
25. Фредерик Уэбстер. Основы промышленного маркетинга.– М.:Издательский Дом Гребенникова, 2013. – 416 с
26. Юлдашева. О.У. Книга: «Промышленный маркетинг: теория и практика». – [Электронный ресурс].– Режим доступа:  
<http://www.marketing.spb.ru/read/m13/>
27. Хершген Х. Маркетинг: основы профессионального успеха/Учебник для вузов: Пер. с нем. - М.: ИНФРА-М, 2000. - XVIII, 334 с.
28. Статья «Теория массового маркетинга». Сайт по практическому

- маркетингу– [Электронный ресурс].– Режим доступа:  
<http://powerbranding.ru/osnovy-marketinga/teoriya-massovogo-rynka>
29. Статья «Стратегия концентрированного рынка» – [Электронный ресурс].–  
Режим доступа: <http://marketingfit.ru/segmentacija-i-vybor-celevyh-rynkov/925-strategija-koncentrirovannogo-marketinga.html>
30. Электронный журнал «Промышленный маркетинг» – [Электронный ресурс].– Режим доступа: <http://Oprom.ru>
31. Электронный журнал «Новости маркетинга» – [Электронный ресурс].–  
Режим доступа: <http://www.marketingnews.ru/termin/60/>
32. Электронный научный журнал «Международный студенческий научный вестник». Статья «Факторы формирования маркетинговой стратегии организации»-2015 г. » – [Электронный ресурс].– Режим доступа:  
<https://www.scienceforum.ru/2015/1100/12750>
33. Официальный сайт ЗАО «Молдавизолит» – [Электронный ресурс].– Режим доступа: <http://www.moldavizolit.com>
34. Внутренняя управленческая отчетность ЗАО «Молдавизолит».
35. Финансовая отчетность ЗАО «Молдавизолит» за 2014-2016 гг.
36. Бухгалтерский баланс ЗАО «Молдавизолит» за 2014-2016 гг.
37. Официальный сайт веб-студии «Тира» – [Электронный ресурс].– Режим доступа: <http://www.sitemaking.ws/ru/>
38. Официальный сайт веб-студии «IT-Trend» – [Электронный ресурс].–  
Режим доступа: <http://it-trends.net>
39. Официальный сайт компании «Froggy» – [Электронный ресурс].–  
Режим доступа: <http://www.web-froggy.ru>