

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

Кафедра менеджменту організацій та ЗЕД

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2018 р.

**ВИПУСКНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавра**  
**зі спеціальності 073 Менеджмент**

за темою:

**«Управління маркетинговою діяльністю підприємства ТОВ “Артель” на  
ринку поліграфічних послуг»**

**Виконавець:**

студент IV курсу ФЕУП

Рустанович Юрій Ігорович \_\_\_\_\_

**Науковий керівник:**

кандидат економічних наук, викладач

Данчева Олена Миколаївна \_\_\_\_\_

**Одеса 2018**

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	
1.1 Маркетинг в системі управління підприємством .....	5
1.2 Організація маркетингової діяльності на підприємстві .....	15
1.3 Постановка та розв'язування маркетингових проблем.....	23
РОЗДІЛ II. ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «Артель»	
2.1 Загальна характеристика підприємства .....	25
2.2 Аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства .....	30
2.3 Аналіз ринку поліграфічних послуг Одеського регіону .....	40
2.4 Напрямки розвитку маркетингової діяльності на основі політики ціноутворення .....	50
ВИСНОВКИ.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60
ДОДАТОКИ.....	64

## ВСТУП

**Актуальність роботи.** В сучасних умовах функціонування, підприємству необхідно систематичне проведення маркетингових досліджень для отримання необхідного обсягу точної інформації, яка допоможе підприємству швидко реагувати на динаміку змін як споживачів, так і ринку в цілому. Зарубіжний досвід показує, що більшість складних маркетингових досліджень проводяться спеціалізованими або консалтинговими фірмами, які працюють в комерційних умовах.

Дипломна робота присвячена управлінню маркетингової діяльності ТОВ «Артель» на ринку поліграфічних послуг. У даній роботі проаналізовано специфіку і перевага управління діяльністю підприємства. Визначені основні фактори, які впливають на вибір і обсяг замовлень продукції.

**Метою** дипломної роботи є - розробити методичні підходи до управління маркетинговою діяльністю підприємства.

У відповідності з поставленою метою в дипломній роботі реалізуються наступні **завдання**:

- дослідити місце маркетингу в системі управління підприємством;
- вивчити організацію маркетингової діяльності на підприємстві;
- висвітлити основні напрямки розв'язування маркетингових проблем;
- дослідити проблеми своєчасної та достовірної маркетингової інформації;
- визначити завдання підприємства в умовах посилення конкуренції;
- виокремити шляхи забезпечення стабільної роботи підприємства в довгостроковій перспективі;
- надати характеристику підприємства ТОВ «Артель» та дослідити його місце на ринку поліграфічних послуг;
- проаналізувати фінансово-господарську діяльність ТОВ «Артель»;

- вивчити особливості організації маркетингової діяльності на підприємстві ТОВ «Артель»;

- визначити шляхи підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства ТОВ «Артель» на ринку поліграфічних послуг.

**Об'єктом дослідження** в моїй роботі виступає діяльність ТОВ «Артель», а предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємства ТОВ «Артель» на ринку поліграфічних послуг.

**Метою дослідження.** У процесі дослідження використовуються методи системного аналізу та інші загальнонаукові методи: комплексний аналіз, локальний, кількісний і якісний.

**Інформаційна база дослідження.** Маркетинговим дослідженням як в теоретичному, так і в практичному аспектах присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних авторів.

Використовувалися праці таких провідних зарубіжних фахівців, як Г. Багієв, П. Зав'ялов, Ф. Котлер, К. Макконелл, Е. Уткін, В. Збарський, В. Котков, С. Захарін, П. Саблук, Д. Олійник, Г. Черевко, М. Шульський, В. Юрчишин та інші.

За результатами дослідження сформульовані висновки та пропозиції щодо підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства ТОВ «Артель» на ринку поліграфічних послуг.

Одержані результати можуть бути використані в роботі маркетингової служби підприємства ТОВ «Артель».

## ВИСНОВКИ

Маркетинг - це сукупність взаємопов'язаних концепцій спрямованих на максимально повне задоволення потреб і потреб споживачів з метою досягнення максимально стійких конкурентних переваг і отримання прибутку в довгостроковій перспективі.

Впровадження маркетингових заходів на підприємстві має відбуватися з урахуванням підвищення конкурентоспроможності фірми або ж продукту. Процес управління маркетингом складається з послідовних п'яти етапів:

- Аналіз ринку, збір первинної і вторинної інформації;
- Вибір цільової аудиторії і ринку;
- Оцінка конкурентних можливостей і вибір стратегії досягнення і підвищення конкурентних переваг;
- Розробка комплексу маркетингу;
- Аналіз і оцінка проведених маркетингових заходів.

ТОВ «Артель» - це одна з сучасних і технологічно оснащених підприємств, яке надає широкий спектр друкарських послуг в місті Одеса. Підприємство тримає політику на рівні середньої ціни на ринку і нижче. Це дозволяє підприємству позиціонувати себе як підприємства надає якісні послуги за помірну ціну. Основними переважними факторами вибору підприємства ТОВ «Артель», є: сучасне відтворювальне обладнання, висококваліфікований персонал, надання знижки постійним клієнтам. Кінцевими споживачами підприємства є юридичні особи, а саме приватні комерційні організації.

На підприємстві відсутня відділ або служба маркетингу, отже і відсутній регулярний аналіз ринку і збір інформації про конкурентів і мінливих його тенденції, виконанням частини цих обов'язків виконує керівник ТОВ «Артель». Дані покладені зобов'язання, слід зазначити з негативної сторони, так як вони є додатковим навантаженням, в слідстві чого маркетингові заходи і збутова

діяльність відходять на другий план. Для цього необхідний кваліфікований персонал, який буде сприяти поліпшенню збутової діяльності, реалізацією маркетингової програми, плануванні рекламного бюджету рекламної компанії, а також забезпеченням інформацією про ринковому середовищі.

Розглядаючи конкурентне середовище на ринку поліграфічних послуг, можна сказати, що він досить насичений і має великих гравців. Конкурентоспроможність друкарень оцінюється виходячи з потужності обладнання, кваліфікації персоналу, включаючи керівні посади, ціноутворення, а також наявністю клієнтської бази. Діяльність друкарень є сезонною, тому основний прибуток приносять передсвяткові дні, клієнтська база ж сприяє отриманню замовлень і виживання підприємства в не сезон періоди. Рівень конкурентоспроможності ТОВ «Артель» достатній, оскільки компанії має сформовану клієнтську базу. Підприємство має великий потенціал для поліпшення і розширення своєї господарської діяльності. Для подальшого підвищення конкурентоспроможності, а також існування підприємства в довгостроковій перспективі необхідно залучити великого споживача.

На підприємстві спостерігається збільшення чистого прибутку від реалізації іншої операційної діяльності, але також спостерігається зниження обсягів реалізації послуг, що в слідстві веде до зниження прибутку. У підприємства спостерігається збільшення частки в структурі власного капіталу за рахунок погашення заборгованостей від операційної діяльності, що свідчить про фінансову стійкість підприємства. У 2017 році спостерігається збільшення питомої ваги оборотних активів, що свідчить про мобільність грошових коштів підприємства. Проведений аналіз ліквідності показав, що підприємство являє досить платоспроможним, а показник фінансової стійкості протягом 2015-2017 років знаходиться в межах нормативного значення, в останньому році показавши збільшення. Фінансово-господарська діяльність підприємства за останні роки, свідчить про те, що підприємство прибуткове, випускає рентабельну продукцію і прагне до збільшення прибутку.

Для подальшого підвищення конкурентоспроможності, необхідно залучити великих комерційних організацій. Виходячи з цього підприємству потрібне розробити захід на основі ціноутворення, а саме: пакетне ціноутворення, акцій і знижки. Основним напрямком по залученню великої споживача нашої продукції буде направлено на компанію «STIKON».

Отримання дану будівельна компанію «STIKON» в клієнтську базу дозволить отримувати регулярні замовлення на продукцію і послуги і тим самим отримувати прибуток для поліпшення своєї господарської діяльності в подальшому.

Дані маркетингові заходи повинно проводитися на регулярній основі в найбільш вигідні сезонні періоди, а також надання різних сезонних знижок на певний асортимент товарів. Запропоновані заходи повинні залучити нових клієнтів і збільшити обсяги діяльності підприємства. Виходячи з місячного плану прибутку підприємства, що чистий прибуток складе 11511,41 грн. з урахуванням дизайнерських послуг.

Значним недоліком комунікації компанії, є недостатня інформативність web-порталу компанії. Обов'язковою дією необхідно поповнити інформацію сайту, додав розділи: в підприємстві, прайс лист, портфолію, переваги. Постійна робота з web-порталом підприємства і використання прямого маркетингу у вигляді директ-мейла дозволити значно підвищити конкурентну позицію підприємства в подальшому.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ансофф І. Стратегічне управління [Текст]/ І. Ансофф. – М: Економіка, 2007. – 443 с.
2. Балабанова Л. В., Управління маркетинговим потенціалом підприємства: Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2010. – 288 с.
3. Белінська Я. В. Фінансова стабільність: сутність та напрями забезпечення / Я. В. Белінська, В. П. Биховченко // Стратегічні пріоритети. – 2010. №4 (17). – С. 57–67.
4. Бутинець Ф. Ф. Економічний аналіз: Навч. посіб. – Житомир: ПП «Рута», 2009. – 680 с.
5. Весельська К. Методика визначення показників фінансової стійкості підприємства / К. Весельська // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: С. І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету „Економічна думка”, 2013. – Вип. 10. – Частина 4. – С. 234–238.
6. Гонтарева І. В. Оцінювання системної ефективності функціонування і розвитку промислових підприємств: монографія /І. В. Гонтарева. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2011. – 480 с.
7. Індикатори фінансової стійкості [Електронний ресурс] / Національний банк України. – К. : НБУ, 2014. – Режим доступу: [http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat\\_id=44575](http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=44575).
8. Кравченко М. С. Концептуальні основи управління фінансовою стійкістю підприємства / М. С. Кравченко. – Схід. – 2011. – № 4. – С. 39 – 43.
9. Кремень В. М. Оцінювання фінансової стійкості підприємства /В. М. Кремень, С. Я. Щепетков // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 1. – С. 107–115.



10. Кроленко М. С. Система показників економічної стійкості промислового підприємства / М. С. Кроленко. – Економічний вісник Донбасу. – 2011 г. – № 3. – С. 180 – 187.

11. Ковбас І. М. Управління аграрним підприємством на основі маркетингу. [Електронний ресурс]: Режим доступу – [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum./Inek/2012\\_7/218.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum./Inek/2012_7/218.pdf)

12. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. Пер. с англ. – М.: Издательский дом "Вильямс". – 2007 – 656 с.

13. Кузнецова И. А., Видоменко И. А. Управление затратами в процессе маркетинговой деятельности предприятия: методический подход./ И. А. Кузнецова И. А. Видоменко//Науковий вісник одеського національного економічного університету. Одеський національний економічний університет. № 6, 2015. – С. 145-160.

14. Курбацька Л. М. Маркетинг в системі управління підприємством/Л. М. Курбацька//Ефективна економіка. Електронне видання. № 5. – 2013. [Електронний ресурс]: Режим доступу – <http://www.economy.nayka.com.ua>

15. Мельник О. М. Фінансова стійкість підприємства в сучасній економіці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>.

16. Орехова К. В. Оцінювання фінансової стійкості підприємства з урахуванням руху капіталу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / К. В. Орехова. – Харків, 2008. – 20 с.

17. Основы маркетинга. Краткий курс. Пер. с англ. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2007 – 656 с ил.

18. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

19. Офіційний сайт ТОВ «Артель» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.artil.ua>.

20. Портер М. Конкуренція [Текст]/ М. Портер. – М.: Видавництво Дім «Уильямс», 2001. – 496 с.
21. Посохов І. М. Маркетинг: теорія та ситуаційні справи: навчально-методичний посібник \ І. М. Посохов. – Харків: НТУ «ХП», 2011. – 112 с.
22. Райс Э., Траут Дж. Маркетинговые войны [Текст]/ Э. Райс, Дж.Траут. – СПб: «Питер», 2002. – 256 с.
23. Слободянюк В. О. Оцінка конкурентоспроможності підприємств цукрової промисловості. Автореф. дис. канд. економ. наук. 08.00.04. – Економіка та управління підприємствами. – Одеса. – 2009. – 21 с.
24. Сосновська О. О. Механізм оцінки фінансової стійкості підприємств /О.О. Сосновська // Економіка. – № 12. – 2015. С. 60-66.
25. Цал-Цалко Ю. С. Фінансова звітність підприємства та її аналіз: навч. посібник / Ю. С. Цал-Цалко – К. : ЦУЛ, 2002. – 359 с.
26. Чаленко Н. В. Шляхи забезпечення фінансової стабільності підприємства. /Н. В. Чаленко// Формування ринкових відносин в Україні. № 6 (157). – 2014. С. 135-139.
27. Шаблиста А. М. Фінансова стійкість підприємства: сутність та методи оцінки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ief.org.ua>.
28. Шевчук О. Д. Фінансова стійкість сільськогосподарських підприємств: діагноз, оцінка, прогноз: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.06.04 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит / О. Д. Шевчук. – Київ, 2006. – 23 с.
29. Шиманська А. А. Управління маркетинговою діяльністю промислового підприємства: економічний та філософський підходи/А. А. Шиманська//Економіка: реалії часу. № 3 (19) – 2015. – С. 166-171
30. Emmett C. Murphy, Mark A. Murphy. Leading at the Edge of Chaos. – Prentice Hall, 2002. – 226 p.
31. Cihak M. Financial Stability Reports: What Are They Good For? / Martin Cihak, Sonia Munoz, Shakira Teh Sharifuddin, and Kalin Tintchev // IMF Working Paper WP/12/1. – Washington : International Monetary Fund, 2012. – P. 4–32.

32. The Financial Development Report 2012 [Electronic resource] / World Economic Forum, USA Inc. – 2012. – Accessed mode : [www.weforum.org](http://www.weforum.org).

33. The Financial Soundness Indicators [Electronic resource] / International Monetary Fund. – Washington, 2014. – Accessed mode: <http://fsi.imf.org/fsitables.aspx>.

34. Офіційний сайт ТОВ «Сфінкс» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://sphinx-print.com>.

35. Офіційний сайт ТОВ «Alfapress» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://alfapress.com.ua>.