



## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы** дипломной работы объясняется тем, что в условиях глобализации экономики происходит активное проникновение бизнеса в новые регионы: компании расширяют сеть своего производства, создают себе имидж на зарубежных рынках, строят стабильные долгосрочные отношения с зарубежными партнерами. Международный маркетинг является ключевым концептом, позволяющим реализовать бизнесу все намеченные установки на практике, занять желаемые на рынке ниши. В этой связи, рассмотрение современных особенностей маркетинга на международном уровне на рынке B2B является особенно актуальным. И при использовании международного маркетинга в данной сфере предприятие ставит одной из важных задач построение долгосрочных доверительных отношений между компанией и его клиентами. Именно благодаря целостному комплексу международного маркетинга, который учитывает особые факторы зарубежных рынков в сфере B2B и разрабатывает специальные стратегии для выхода на зарубежные рынки, организация выполняет данную задачу.

**Целью исследования** является разработка рекомендаций по повышению эффективности маркетинговой деятельности промышленного предприятия ЗАО «Завод «Молдавизолит» на основании анализа рынка химической продукции и эффективных инструментов международного маркетинга на рынке B2B в современных условиях.

### **Задачи исследования:**

- Исследовать теоретическую основу международного маркетинга в сфере B2B;
- Выявить отличительные характеристики рынка B2C от рынка B2B для международного маркетинга;
- Проанализировать международный рынок химической промышленности и определить тенденции его дальнейшего развития;
- Проанализировать хозяйственную и маркетинговую деятельность ЗАО «Завод «Молдавизолит»;
- Оценить уровень присутствия предприятия в интернет-среде;
- Предложить пути повышения конкурентоспособности предприятия за счет улучшения его маркетинговой деятельности;
- Выявить международную маркетинговую стратегию и оценить риски выхода ЗАО «Завод «Молдавизолит» на новые международные рынки;
- Проанализировать проблемы функционирования корпоративного сайта предприятия ЗАО «Завод «Молдавизолит» и дать рекомендации улучшению.

**Объектом исследования** является маркетинговая деятельность предприятия ЗАО «Завод «Молдавизолит» на рынке B2B.

**Предметом исследования** являются теоретические и практические аспекты маркетинговой деятельности на исследуемом предприятии.

**Методы исследования.** Методологической основой работы является совокупность способов научного познания, всеобщих методов, приемов и принципов, которые использовались в процессе исследования, а также труды украинских и зарубежных ученых по промышленному и международному маркетингу, менеджменту. В дипломной работе используются различные методы, а именно: исторические, монографические, логические, абстрактные, статистические, математические, расчетные и т.д. С помощью этих методов происходит обработка данных, анализ литературы, теоретический анализ и синтез, аналогия, моделирование, конкретизации, оптимизация, классификация, методы наблюдения и сбора данных, группировки, прогнозирования, сравнения и др.

Информационную базу исследования составили материалы специализированных украинских, приднестровских и зарубежных веб-сайтов и печатных изданий, аналитические статьи и монографии ученых.

**Информационная база исследования.** Теоретической основой исследования дипломной работы является большое количество монографий отечественных и зарубежных авторов, из которых можно выделить Абаев А.Л., Басюк Т.М., Чернышева А. М., Диденко Н. И., Ковалев А.И., Илляшенко С.М., Капустина Л.М., Литовченко И.Л, Оснач О.Ф., Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж., Котлер Ф., Таннер Дж. и др. Источниками об объекте исследования явились годовые отчеты за 2014 - 2017 года и официальные публикации ЗАО «Завод «Молдавизолит», а также информация с корпоративного сайта предприятия.

**Структура работы.** Работа состоит из введения, трех разделов, выводов, списка использованных источников (52 наименования) и 7 приложений. Общий объем работы составляет 126 страниц. Основное содержание изложено на 6-115 страницах. Работа содержит 39 таблиц, 27 рисунков.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

**В первом разделе** «Теоретические аспекты международного маркетинга на рынке В2В» рассмотрены сущность и особенности международного маркетинга в сфере В2В, различия в маркетинговом подходе рынков В2В и В2С. Был проведен обзор рынка химической промышленности и выявлены тенденции его развития. Главными тенденциями в развитии современных предприятий химической промышленности являются диверсификация производственных структур (то есть ориентация на широкую специализацию), развитие нанотехнологий и цифровизация.

**Во втором разделе** «Исследование маркетинговой деятельности предприятия ЗАО «Завод «Молдавизолит» на международном рынке» были проанализированы технико-экономические показатели и организационная

структура завода «Молдавизолит». Доход от реализации продукции в 2017 году составил 209657 тыс. руб. ПМР. Чистая прибыль увеличилась 1321 тыс. руб. ПМР, что на 11,8% больше, чем в 2016 году. Доля основных средств в активах увеличивается и достигает 63,2%, что свидетельствует либо о расширении, либо о модернизации финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Проанализировав показатели рентабельности, можно сделать вывод, что ЗАО «Завод «Молдавизолит» является среднерентабельным предприятием с показателем рентабельности продаж 6,2%.

Импорт сырья и закупка оборудования заводом производится, в основном, из стран дальнего зарубежья. Официальными дилерами предприятия являются: ООО ТД «Ламинатпром», АО «ЭлектроРесурс», ООО «Росизолит». Выявлены основные потребители продукции завода и главные конкуренты, а именно Isovolta AG, ПАО «Электроизолит», ООО НПП «Укрпромвнедрение».

Насыщенность номенклатуры составляет 22 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 2017 год.

Основными рынками сбыта являются: Россия, Украина, Беларусь и страны дальнего зарубежья (Германия, Чехия, Латвия, Польша). Предприятие каждый год принимает участие в международных выставках и ярмарках, а также научно-технических конференциях и семинарах.

Анализ интернет-деятельности и веб-сайта показали, что продукция завода является достаточно запрашиваемой в сети, но предприятие не использует все возможности интернета, а это говорит о необходимости улучшения корпоративного сайта и его англоязычной версии.

**В третьем разделе «Рекомендации по повышению эффективности международной маркетинговой деятельности завода»** 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 64% до 97,6%.

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 3190,3 тыс. руб. ПМР в год.

Были сформулированы международные маркетинговые стратегии выхода на зарубежный рынок, предложена стратегия совместного предприятия и предложен рынок Южной Кореи в качестве реализации данной международной стратегии. Были выявлены основные моменты и оценены риски, которые стоит учитывать при выходе на новый международный рынок.

Было предложены рекомендации по улучшению интернет-сайта завода путем введения новых рубрик, усовершенствования функциональной части веб-сайта и вложения средств в SEO и контекстную рекламу. Эффективность вложений в SEO за полгода –127%, эффективность вложений в контекстную рекламу за такой же период составило 204%.

## **ВЫВОДЫ**

Проведенное исследование позволило сделать выводы, основные из которых следующие:

1. Было сформулировано определение международного маркетинга в сфере B2B - маркетинговые мероприятия в процессе планирования, реализации, продвижения товаров или услуг на основании цифровых технологий с учетом факторов внешней среды за пределами своей страны, ориентированные на эффективное взаимодействие компаний и учитывающие интересы конечного потребителя.

2. Главными тенденциями в развитии современных предприятий химической промышленности являются диверсификация производственных структур (то есть ориентация на широкую специализацию), развитие нанотехнологий и цифровизация.

3. ЗАО «Завод «Молдавизолит» является среднерентабельным предприятием с показателем рентабельности продаж 6,2%.

4. Основными рынками сбыта являются: внутренний рынок Приднестровья, Россия, Украина, Беларусь и страны дальнего зарубежья (Германия, Чехия, Латвия, Польша). Также предприятия выделило основных конкурентов, а именно: ПАО «Электроизолит», ООО НПП «Укрпромвнедрение» и «Isovolta AG» – крупнейшие предприятия по выпуску электроизоляционных материалов, лаков, компаундов на российском, украинском и европейском рынках соответственно.

5. Насыщенность номенклатуры составляет 22 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 2017 год.

6. Были предложены рекомендации по улучшению интернет-сайта завода путем введения новых рубрик, усовершенствования функциональной части веб-сайта и вложения средств в SEO и контекстную рекламу.

Эффективность вложений в SEO за полгода – 127%, эффективность вложений в контекстную рекламу за такой же период составило 204%.

7. Были сформулированы международные маркетинговые стратегии выхода на зарубежный рынок и предложена стратегия совместного предприятия и предложен рынок Южной Кореи в качестве реализации данной международной стратегии. Были выявлены основные моменты и оценены риски, которые стоит учитывать при выходе на данный рынок.

8. С целью повышения конкурентоспособности промышленного предприятия ЗАО «Завод «Молдавизолит» на международном рынке нами были предложены следующие мероприятия:

- создание готовой основы для печатных плат и расчеты экономической эффективности данного мероприятия в зависимости от прогнозов по поводу увеличения объемов продаж – по реалистическому прогнозу эффективность данного мероприятия составит 81,2%;

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

- рассчитана эффективность мероприятия по экономии материалов на упаковку электроизоляционных материалов, который составил 3190,3 тыс. руб. ПМР в год.

## АННОТАЦИЯ

Пугачевой А.О., «Международный маркетинг промышленного предприятия на рынке  
B2B»,

квалификационная работа на получение образовательной степени магистра по  
специальности « 075 Маркетинг » по магистерской программе  
«Стратегический маркетинг»,

Одесский национальный экономический университет  
г. Одесса, 2018 год

Квалификационная работа магистра состоит из трех разделов. Объект исследования – маркетинговая деятельность предприятия ЗАО «Завод «Молдавизолит» на рынке B2B.

В работе рассматриваются теоретические аспекты международного маркетинга и маркетинговой деятельности на исследуемом предприятии.

Проанализированы международный рынок химической продукции, хозяйственная и маркетинговая деятельность завода

Предложены рекомендации по улучшению маркетинговой деятельности завода, а также веб-сайта, найдены пути повышения конкурентоспособности завода, предложена международная маркетинговая стратегия.

**Ключевые слова:** международный маркетинг, рынок B2B, маркетинг промышленного предприятия, конкурентоспособность

## ANNOTATION

Pugacheva Anna, «International marketing of industrial enterprise on the B2B market»,

thesis for Master degree in specialty « 075 Marketing » under the program  
«Strategic marketing»,

Odessa National Economic University  
Odessa, 2018

Thesis consists of three chapters. Object of study is marketing activities of the company CJSC «Factory «Moldavizolit» on the B2B market

Diploma thesis deals with theoretical aspects of international marketing and marketing activities at the studied enterprise.

The international market of chemical products, economic and marketing activities of the factory were analyzed.

There were proposed the recommendations of improvement of marketing activities of the enterprise and of it's website, ways of increase of competitiveness of factory are found, the international marketing strategy is developed.

**Keywords:** international marketing, B2B market, industrial enterprise marketing, competitiveness