

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

Кафедра маркетингу

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 075 «Маркетинг»
за магістерською програмою професійного спрямування
«Стратегічний маркетинг»

на тему: **«Управління маркетингом підприємств»**

Виконавець:

студент факультету міжнародної
економіки

Тимофєєва Ілона Ігорівна

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Оснач Ольга Федорівна

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Маркетингова діяльність підприємств кабельно-провідникової продукції актуалізується як головний інструмент формування конкурентних переваг, адже саме вона дозволяє адекватно співвідносити вимоги цільового ринку збуту з можливостями підприємства, що дозволяє йому формувати комерційно значущі пропозиції продукції. Останнє модифікує в процесі реалізації і саму концепцію, суттєво розширюючи спектр питань, які вона має охоплювати. Крім того, заходи та дії, передбачені концепцією маркетингу, зумовлюють необхідність управління їх узгодженням, що актуалізує формування маркетингової стратегії підприємства, адекватної викликам конкурентного середовища.

Мета дослідження розробка теоретико-методичних рекомендацій щодо маркетингу підприємств кабельно-провідникової продукції.

Завдання дослідження:

- дослідити сутність маркетингу та його значення в діяльності промислового підприємства в сучасних умовах функціонування економіки;
- дати характеристику комплексу маркетингу і можливостей промислового підприємства;
- проаналізувати стан ринку кабельно-провідникової продукції;
- дати характеристику діяльності ПАТ «Одескабель» та аналіз маркетингового середовища;
- проаналізувати комплекс маркетингу;
- проаналізувати конкурентоспроможність компанії, зробити SWOT аналіз;
- навести напрями удосконалення маркетингової діяльності ПАТ «Одескабель»;
- навести прогнозну оцінку економічної ефективності заходів удосконалення маркетингової діяльності підприємства ПАТ «Одескабель»

Об'єкт дослідження - маркетингова діяльність підприємства ПАТ «Одескабель».

Предмет дослідження - теоретичні положення, науково-методичні підходи, концепції та прикладні аспекти маркетингу підприємства кабельно-провідникової продукції.

Методи дослідження Для вирішення поставлених завдань у дипломній роботі використовуються наступні методи: вивчення монографічних публікацій та наукових статей; вивчення нормативно-правової бази; порівняльний метод; розрахунково-аналітичний та структурно-динамічний методи; метод експертних оцінок; SWOT-аналіз; метод комплексу маркетингу (marketing-mix) «4P»; аналіз зовнішнього середовища з використанням моделі М. Портера; модель BCG (Зростання галузі / Частка ринку).

Інформаційна база дослідження. Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативно-правові акти, фахова література, матеріали наукових конференцій та періодичних видань, внутрішня маркетингова інформація і дані

управлінського і фінансового обліку підприємства кабельно-провідникової продукції.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (67 найменувань), додатків (*Додаток А, Додаток Б*). Загальний обсяг роботи становить 123 сторінки. Основний зміст викладено на 114 сторінках. Робота містить 34 таблиці, 26 рисунків

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 1 статтю: Tymofeieva I.I. REWIEW OF MODERN MARKETING RESEARCH TECHNIQUES FOR THE CABLE AND WIRING MARKET// Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Universum View 6».– Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2018. – 343 с.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

В I розділі «Маркетинг – основа успішної діяльності промислового підприємства» досліджені теоретичні аспекти маркетингу, його сутність та значення в діяльності промислового підприємства, надано характеристику комплексу маркетингу і можливостей промислового підприємства та досліджено стан ринку кабельно-провідникової продукції.

В II розділі «Аналіз маркетингової діяльності промислового підприємства ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ» проводиться аналіз маркетингової діяльності промислового підприємства ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ», комплексу маркетингу, конкурентоспроможності та SWOT аналіз

В III розділі «Удосконалення маркетингової діяльності підприємства ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ» розроблені напрями удосконалення маркетингової діяльності підприємства ПАТ «Одескабель» та представлена прогнозна оцінка економічної ефективності напрямів.

ВИСНОВКИ

Теоретичний аналіз першого розділу та емпіричні дослідження й отримані результати другого розділу знайшли своє завершення у вигляді рекомендацій та конкретних заходів щодо удосконалення маркетингової діяльності підприємства ПАТ «Одескабель»

1. Створення єдиного логістичного центру в Німеччині як фактор підвищення міжнародної конкурентоспроможності компанії. За рахунок відкриття логістичного центру в Європі (Німеччині) є перспективи укласти додаткові угоди зі споживачами послуг з міжнародних перевезень у Німеччині і відповідно підвищити прибуток компанії і можливість економії витрат за рахунок доставки, розмитнення, зберігання вантажу, який перевозиться у країни Європи. Отже, відкриття логічного центру в Німеччині дозволить скоротити витрати за рахунок економії витрат на доставці, розмитнення, зберіганні продукції на 7%, збільшити прибуток та окупити капітальні вкладення на відкриття логістичного центру в економічно ефективний строк.

2. Створення Департаменту маркетингу на підприємстві. Пропонований Департамент маркетингу ПАТ «Одескабель» визначається його основними цілями: створення та підтримка системи маркетингового планування, маркетингового контролю; сприяння і координація маркетингових дій підрозділів по проникненню на цільові ринки кабельно-провідникової продукції, утримання позицій на цільових ринках, розширення частки ринку тощо; сприяння підрозділам компанії в створенні і підтримці обґрунтованих передумов збільшення прибутковості від продажу; участь у створенні і модифікації системи інформації для розуміння керівництва компанії ситуації на ринку кабельно-провідникової продукції; виділення конкурентних переваг компанії та створення програми щодо їх подальшого формування і підтримки; участь у вдосконаленні збутової структури і системи маркетингового управління тощо.

3. Удосконалення роботи с постачальниками. На підприємстві ПАТ «Одескабель» існує можливість укласти довгострокові контракти з наступними постачальниками матеріалів для виробництва кабельно-провідникової продукції: Electric Cable Compounds, Inc. (США), Компанія W.L. Gore & Associated, Inc., ArlanxeoPerformance Elastomers (Нідерланди). У відповідності до умов постачальників допоміжних матеріалів для виробництва кабельно-провідникової продукції при укладанні довгострокових контрактів зниження ціни на придбання допоміжних матеріалів складе 3-5% за умови збереження поточних обсягів закупівлі або їх збільшенні.

4. Прогнозний річний економічний ефект від впровадження заходів щодо удосконалення маркетингової діяльності підприємства ПАТ «Одескабель» за 2018 – 2022 роки складе 15165,594 тис. грн.

АНОТАЦІЯ

Тимофєєва І.І. «Управління маркетингом підприємств»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 075 «Маркетинг» за магістерською програмою професійного спрямування «Стратегічний маркетинг».

Одеський національний економічний університет.

Одеса, 2018.

В роботі розглядаються теоретичні основи маркетингу, його сутність та значення в діяльності промислового підприємства, надано характеристику комплексу маркетингу і можливостей промислового підприємства та досліджено стан ринку кабельно-провідникової продукції.

Проаналізовано маркетингову діяльність промислового підприємства ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ», комплекс маркетингу, конкурентоспроможність та розроблено SWOT аналіз.

Запропоновано заходи із удосконалення маркетингової діяльності підприємства ПАТ «Одескабель»: створення єдиного логістичного центру як фактор підвищення міжнародної конкурентоспроможності ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ», створення Департаменту маркетингу на підприємстві ПАТ «Одескабель» та удосконалення роботи с постачальниками. Представлена прогнозна оцінка економічної ефективності напрямів удосконалення маркетингової діяльності підприємства ПАТ «Одескабель».

Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, конкурентоспроможність, SWOT аналіз, економічна ефективність, Департамент маркетингу.

ANNOTATION

Tymofeieva I. "Marketing management of companies"

Qualifying work on obtaining a master's degree in the specialty 075 «Marketing» under the master's program «Strategy marketing».

Odessa National Economics University.

Odessa, 2018.

The work deals with the theoretical aspects of marketing, its nature and value in the industrial enterprise; characterizes marketing mix and opportunities of industrial company; makes a research of the cable and wiring market.

Author analysis marketing activities of the industrial company PJSC "ODESKABEL", characterizes marketing mix, researches competitiveness of the company using SWOT analysis.

Propositions: creation of the unified logistics center as a factor for increasing the international competitiveness of PJSC "ODESKABEL", creation of the Marketing Department at PJSC "Odeskabel" and improvement of work with suppliers. The forecast of the economic efficiency related to the new marketing activities of the company "Odeskabel" was made.

Keywords: marketing, marketing activity, competitiveness, SWOT analysis, economic efficiency, Marketing department.