

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

Кафедра менеджменту організацій

**РЕФЕРАТ**

**кваліфікаційної роботи**

**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**

**зі спеціальності 073 Менеджмент**

**на тему: «Управління маркетинговою діяльністю підприємства  
кабельно-провідникової продукції»**

**Виконавець:**

студент центру заочної та  
вечірньої форми навчання

Сафта Росіна Миколаївна \_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник:**

к.е.н., доцент

Місько Ганна Анатоліївна \_\_\_\_\_  
/підпис/

**Одеса 2021**

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** В умовах швидких змін зовнішнього середовища та загострення конкурентної боротьби втримати та зміцнити свої позиції на ринку є чи не найважливішим завданням для кожного підприємства. Рациональне використання наявних ресурсів, пошук нових можливостей, що закріплюється відповідними управлінськими рішеннями, складають основу економічного розвитку підприємства. Економічний потенціал визначає шлях подальшого розвитку та майбутній стан підприємства, що дозволяє підтвердити актуальність обраної теми дослідження.

**Метою кваліфікаційної роботи** є дослідження теоретичних основ управління маркетинговою діяльністю підприємства та розробка на підставі отриманих знань комплексу маркетингових дій ПАТ "Одескабель".

**Основними завданнями** кваліфікаційної роботи є:

- дослідити теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю, зокрема встановити сутність понять "маркетингова діяльність" та "управління маркетинговою діяльністю",

- дослідити ринок кабельно-провідникової продукції України;

- проаналізувати практичні аспекти маркетингової діяльності ПАТ "Одескабель" та розробити комплекс маркетингових заходів.

**Об'єктом дослідження** виступає ПАТ Одескабель".

**Предметом дослідження** є процес управління маркетинговою діяльністю.

**Методи дослідження:** метод порівняння (для уточнення сутності поняття "маркетингова діяльність"), групування (для вивчення основних етапів процесу управління маркетинговою діяльністю), PEST – аналізу (для аналізу ринку кабельно-провідникової продукції України), метод аналізу фінансової звітності, критерій прийняття рішень стосовно встановлення знижок до ціни на продукцію (для встановлення доцільності надання знижки).

**Інформаційна база** дослідження складалася з нормативно-законодавчих документів, наукових публікацій вітчизняних та закордонних вчених, матеріалів періодичних та електронних публікацій.

### **Структура та обсяг роботи.**

Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (34 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 69 сторінок. Основний зміст викладено на 65 сторінках. Робота містить 22 таблиць, 12 рисунків.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

У першому розділі **"Теоретичні основи управління маркетинговою діяльністю підприємства"** розглянуто сутність поняття "маркетингова діяльність", його структуру, а також "управління маркетинговою діяльністю".

У другому розділі **«Пропозиції щодо управління маркетинговою діяльністю ПАТ "Одескабель"»** проаналізовано ринок кабельно провідникової продукції України. Досліджено практичні аспекти маркетингової діяльності ПАТ "Одескабель". Запропоновано заходи щодо удосконалення управління маркетинговою діяльністю "Одескабель", зокрема аналіз практики та аналіз ринку.

## **ВИСНОВКИ**

На підставі проведеного нами дослідження було зроблено наступні висновки:

1. сутність поняття маркетингової діяльності, більшою мірою, відбивається у визначенні, наданому Ф. Котлером, який трактує її як вид людської діяльності, що спрямована на задоволення потреб споживачів за допомогою обміну. Управління маркетинговою діяльністю реалізується у складі таких основних управлінських функцій як планування, організація, контроль за проведенням запланованих заходів, що мають за мету створити основу для реалізації вигідних

обмінів з цільовими покупцями для досягнення маркетингових цілей (росту прибутку, ринкової частки тощо).

2. аналіз ринку кабельно-провідникової продукції дозволив встановити, що найбільший негативний вплив мають політичні та технологічні фактори зовнішнього середовища, зокрема динаміка експорту/імпорту, рівень капітальних інвестицій, що обмежують комерційну активність підприємств галузі. До факторів, що мають позитивний вплив на діяльність підприємств слід віднести економічні, зокрема динаміку розвитку ринку кабельно-провідникової продукції. Відповідно до результатів аналізу, необхідно розробити заходи, що нівелюють вплив негативних факторів зовнішнього середовища.

3. Аналіз практики маркетингової діяльності дозволив встановити, що рекламні заходи, орієнтовані як на кінцевого, так і на ділового споживача, підприємством не здійснюються; також воно не представлено на маркетплейсах. Система надання знижок підприємства не має достатнього обґрунтування. Крім того, підприємство не має чіткого підходу до роботи зі скаргами від покупців.

Для того, щоб підвищити лояльність споживачів нами було запропоновано зосередитися на організації процесу роботи з рекламаціями, що дозволить надати споживачу удосконалений сервіс. Відповідні операції процесу нами формалізовано у вигляді логічної схеми. Також було запропоновано та обґрунтовано розрахунками зниження ціни на нагрівальні кабелі.

З огляду на те, що підприємство має широкий асортимент продукції та низькі ціни, воно має можливість збільшити обсяги продажу шляхом розміщення пропозицій продукції на маркетплейсі. Подібна площадка надає можливості тестувати нові напрямки (різновиди товару) та акційний товар.

Для розширення кола ділових споживачів нами заплановано провести рекламу в спеціалізованих виданнях, вибір яких буде здійснюватися на науково-обґрунтованій основі.

На підставі оцінки ефективності запропонованих заходів визначено їх економічну доцільність (приріст маржинального доходу за результатами заходів

складе 2241,4 тис. грн.), отже заходи можуть бути рекомендовані до впровадження

## АНОТАЦІЯ

**Сафта Р.М. «Управління маркетинговою діяльністю підприємства кабельно-провідникової продукції».**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра  
зі спеціальності 073 «Менеджмент»

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2021.

У роботі розглядаються теоретичні основи управління маркетинговою діяльністю підприємства, зокрема сутність понять "маркетингова діяльність" та "управління маркетинговою діяльністю", а також процес управління маркетинговою діяльністю та методи розробки бюджету маркетингу.

Проаналізовано ринок кабельно-провідникової продукції України за методом PEST, встановлено фактори, що мають найбільший вплив на діяльність підприємств громадського харчування.

Запропоновано комплекс маркетингових дій, що дозволить їх позбавитися, тобто сформуванати комплекс маркетингу.

**Ключові слова:** маркетинговий аналіз, фінансовий стан, ринок кабельно-провідникової продукції України.

## ANNOTATION

**Safta RM "Management of marketing activities of the enterprise of cable and wire products".**

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty  
073 «Management»

Odessa National Economics University. – Odessa, 2021.

The paper considers of marketing management of the enterprise, in particular the essence of the concepts of "marketing activities" and "management of marketing activities", as well as the process of marketing management and methods of developing a marketing budget.

The market of cable and wire products of Ukraine by the PEST method is analyzed, the factors that have the greatest influence on the activity of public catering enterprises are established.

A set of marketing actions is proposed, which will allow to get rid of them, ie to form a marketing complex..

**Key words:** marketing analysis, financial condition, market of cable and wire products of Ukraine.