

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

**Кафедра маркетингу та міжнародної логістики**  
(найменування кафедри)

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавра**  
**зі спеціальності 075 Маркетинг**  
(шифр та найменування спеціальності)  
**за освітньою програмою**  
**Маркетинг**  
(назва освітньої програми)

**на тему: Управління маркетинговою діяльністю ТОВ «ДИФЕНС-  
МЕТАЛ»**  
(назва теми)

**Виконавець:**

студент 46 групи

ФМЕ

Танцюра Микола Дмитрович

\_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник:**

к.е.н., доц.

(науковий ступінь, вчене звання)

Рулінська Ольга Володимирівна

\_\_\_\_\_  
/підпис/

ОДЕСА – 2022

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Промислові підприємства є основними суб'єктами світового товарного ринку та носіями найбільшої частини доданої вартості світової економіки. В умовах глобалізації економіки й загострення конкурентної боротьби за ринки збуту промисловим підприємствам доводиться розв'язувати безліч складних проблем, найголовнішою серед яких стає продаж продукції. Досягнення максимального успіху на ринку спирається на оцінювання вимог і обсягів потреб споживачів, створення, випуск і збут товарів. Досконале знання потреб для виробництва товарів сприяє збільшенню обсягу продажу, проникненню на нові ринки, досягненню цілей, пов'язаних з прибутком. Саме тому особливого значення набуває впровадження в практику діяльності підприємств концепції маркетингу, що здійснюється на засадах проведення маркетингових досліджень для ухвалення обґрунтованих господарських рішень, виважених стратегічних завдань розширення сегменту та освоєння нового ринку, диверсифікації напрямів діяльності, виходу на ринок з новим товаром, а також упровадження сучасних маркетингових технологій забезпечення попиту та ефективного збуту промислової продукції.

Актуальність обраної теми - «Управління маркетинговою діяльністю ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ», обумовлена тим, що маркетинг відіграє ключову роль у діяльності компанії. По-перше забезпечує керівні методологічні принципи, маркетингову концепцію, що припускає орієнтацію стратегії компанії на потреби найважливіших груп споживачів. По - друге, маркетинг надає вихідні дані для розроблення стратегічного плану, допомагаючи виявити привабливі можливості ринку і дозволяючи оцінити потенціал фірми. Нарешті, в рамках кожного окремого підрозділу компанії, маркетинг допомагає розробляти основні стратегії розвитку підприємства.

**Мета дослідження .** Метою кваліфікаційної роботи є обґрунтування теоретичних положень, методичних підходів та науково-прикладних рекомендацій щодо управління маркетинговою діяльністю ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ»

### **Завдання дослідження:**

- визначити теоретичні основи управління маркетинговою діяльністю підприємств;
- розглянути техніко-економічну характеристику ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ»;
- дослідити маркетингове середовище підприємства;
- проаналізувати особливості управління комплексом маркетингу ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ»;
- надати пропозиції з покращення організації маркетингової діяльності ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ»;
- рекомендувати заходи з управління виставковою діяльністю підприємства.

**Об'єктом дослідження** є процеси аналізу маркетингової діяльності ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ» та розробки рекомендацій для її удосконалення

**Предметом дослідження** є сукупність теоретичних, методичних та прикладних положень щодо дослідження та удосконалення маркетингової діяльності підприємств

**Методи дослідження** Теоретичною та методологічною базою дослідження виступає загальнонауковий діалектичний метод пізнання маркетингової діяльності. Використані методи аналізу та синтезу, історичного та логічного, наукової абстракції, групування, порівняння і графічного представлення результатів.

**Інформаційна база дослідження** законодавчі і нормативні акти з питань діяльності підприємств, дані офіційних статистичних джерел, періодична література з маркетингу, внутрішня звітність підприємства.

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (45 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 95 сторінок. Основний зміст викладено на 90 сторінках. Робота містить 19 таблиць, 20 рисунків.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

У першому розділі **«ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА»** охарактеризовано сутність та функції маркетингу в сучасних умовах господарювання, визначено роль маркетингу в системі управління промисловим підприємством, надано характеристику особливостям управління комплексом маркетингу промислового підприємства.

У другому розділі **«ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ»»** надано техніко-економічну характеристику ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ»; проаналізовано маркетингове середовище ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ»; досліджено особливості управління складовими комплексу маркетингу ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ»

У третьому розділі **«РЕКОМЕНДАЦІЇ З УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ»»** надано пропозиції з удосконалення організації маркетингової діяльності на підприємстві ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ»; розроблено рекомендації щодо управління виставковою діяльністю ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ»

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Сьогодні запорукою успішної діяльності промислового підприємства в ринкових умовах господарювання є вихід на ринок за умови створення більш досконалої системи управління маркетинговою діяльністю з можливістю швидкої адаптації до постійних хаотичних змін в економічному середовищі. Управління маркетингом - це систематичний цілеспрямований вплив на маркетингову діяльність через планування, організацію, мотивацію і контроль для досягнення маркетингових цілей підприємства. Управління маркетингом включає такі складові: планування маркетингової діяльності; організація маркетингової діяльності; інформаційне забезпечення; контроль маркетингової діяльності. Для успішної діяльності підприємства в умовах ринкової турбулентності, управління маркетинговою діяльністю має забезпечити наявність та функціонування наступних складових: стратегічне бачення (сутність діяльності підприємства та фокусування енергії усіх його підрозділів на досягненні більш високих показників, ніж у конкурентів); насправді ринкова орієнтація (на першому місці серед усіх цінностей і переконань завжди знаходиться споживач); жорсткий процес формування та вибору найкращої стратегії з урахуванням усіх проблем, з якими стикається промислове підприємство.

2. «Дифенс-металл» є одним із найпотужніших підприємств півдня України, що спеціалізується на переробці лому кольорових металів. Основні показники ТОВ «Дифенс-металл» демонструють вражаючі темпи зростання. Так, обіг підприємства в 2021 р. в порівнянні з 2020 р. збільшився на 692,83 млн. грн, що складає 755,39 %. В 2021 р. в порівнянні з 2018 обсяги виробництва в натуральному виразі зросли на 3,97 тис. тонн, що відповідає 684,48 %. В 2021 р. збільшення інвестицій в порівнянні з минулим роком склало 154,17 % що в абсолютному вимірі дорівнює збільшенню на 37 млн. грн. Прибуток ТОВ «Дифенс-металл» за період 2018-2021 рр. він збільшився на 4553 %, тобто з 1 млн. грн. в 2018 р. до 46,53 млн. грн. в 2021 р.

3. Основними конкурентами ТОВ «Дифенс-металл» є такі підприємства як ТОВ «Гал-кат», ТОВ «КЗМО» та ТОВ «ЗЗКМ». Наше підприємство займає вигідні позиції по таким параметрам як: якість продукції, цінова політика та сервіс.

4. Основним товаром підприємства є мідна катанка, яка призначена для виробництва електротехнічних виробів. Катанка випускається за сучасною технологією методом безперервного лиття і прокатки. Ціни на товари формуються за допомогою Лондонської Біржі. Середні рівні цін на кольорові метали на Лондонській біржі металів (LME) у березні 2022 року на мідь знаходились на рівні 10 240,43 USD/мт. Продукція ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ» відвантажується і розмитнюється в Одесі і відправляється в Німеччину, Білорусь та багатьом кабельним заводам в Україні.

5. Специфіка функціонування на ринку В2В призводить до того, що компанією використовуються переважно особисті продажі та просування в мережі Інтернет. Сайт ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ» можна охарактеризувати як сучасний та зручний, однак особливу увагу слід звернути на його пошукову оптимізацію та популяризацію в мережі.

6. В рамках удосконалення управління маркетинговою діяльністю ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ» запропоновано реорганізувати відділ маркетингу підприємства, оскільки це дозволить підвищити системність управління маркетинговим комплексом підприємства. Реорганізація відділу маркетингу передбачає функціонування відділу на функціональній основі, оскільки вона є оптимальною для підприємства. Реорганізований відділ складатиметься з начальника відділу, інтернет-маркетолога, менеджера зі збуту та менеджера з розвитку. На основі визначеного експертним шляхом додаткового доходу, ефективність запропонованого маркетингового заходу складатиме 11,76 %.

7. В рамках пошуку нових клієнтів, розширення ринків збуту та покращення іміджу ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ» запропонована участь у виставковому заході - XXI Міжнародному промисловому форумі – 2022, який буде проходити з 15.11.2022 по 18.11.2022 в м. Київ. Міжнародний промисловий форум — найбільша промислова виставка в Україні, яка з 2005 року входить до переліку провідних світових промислових виставок, офіційно сертифікованих та визнаних Всесвітньою асоціацією виставкової індустрії (UFI), що є найвищим рівнем світового визнання для виставки. Ефективність участі у Міжнародному технічному форумі 2022 ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ» планується на рівні 11,7 %.

## АНОТАЦІЯ

**Танцюра М. Д. Управління маркетинговою діяльністю ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ»**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «075 Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг».

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2022.

У роботі охарактеризовано сутність та функції маркетингу в сучасних умовах господарювання, визначено роль маркетингу в системі управління промисловим підприємством, надано характеристику особливостям управління комплексом маркетингу промислового підприємства.

Надано техніко-економічну характеристику ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ»; проаналізовано маркетингове середовище ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ»; досліджено особливості управління складовими комплексу маркетингу ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ»

Запропоновано пропозиції з удосконалення організації маркетингової діяльності на підприємстві ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ»; розроблено рекомендації щодо управління виставковою діяльністю ТОВ «ДИФЕНС-МЕТАЛ»

**Ключові слова:** комплекс маркетингу, управління маркетинговою діяльністю, організація маркетингу.

## ANNOTATION

**Tantsyura MD. Management of marketing activities of LLC " DIFFENCE-METAL "**

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty «075 Marketing» for the educational program «Marketing».

Odessa National Economics University. – Odessa, 2022.

The qualification work characterizes the essence and functions of marketing in the current conditions of management, defines the role of marketing in the management system of an industrial enterprise, gives a description of the features of the complex management system.

The author provides technical and economic characteristics of DIFFENCY-METAL LLC; the marketing environment of DIFFERENT-METAL LLC was analyzed; The peculiarities of the management of the components of the marketing complex of DIFFENCE-METAL LLC have been studied.

The paper proposes proposals for improving the organization of marketing activities at the company "DIFFERENCE-METAL"; developed recommendations for the management of exhibition activities of DIFFENCE-METAL LLC

**Keywords:** marketing mix, marketing management, marketing organization.