

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**

зі спеціальності 075 «Маркетинг»  
(шифр та найменування спеціальності)

за освітньою програмою «Маркетинг»  
(назва освітньої програми)

на тему: «Маркетинг промислового підприємства на прикладу ТОВ ІПГ «Майстер»»  
(назва теми)

**Виконавець:**

студентка ЦЗВФН

Іванущенко Аліна Вікторівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

\_\_\_\_\_/підпис/

**Науковий керівник:**

канд. екон. наук, доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Тарасова Кристина Ігорівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

\_\_\_\_\_/підпис/

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** У сучасному висококонкурентному бізнес-середовищі промислові підприємства постійно шукають способи виділитися серед своїх конкурентів і отримати конкурентну перевагу. Добре розроблена маркетингова стратегія може допомогти промислового підприємству досягти цих цілей.

Створення сильного бренду має вирішальне значення для промислових підприємств, оскільки це допомагає встановити довіру та надійність у клієнтів. Ефективна маркетингова стратегія може допомогти промислового підприємству створити та підтримувати сильний імідж бренду.

Тема маркетингових стратегій висвітлена у працях зарубіжних та вітчизняних науковців, зокрема Д. Аакер, О. Біленький, О. Болотна, В. Кардаш, Ф. Котлер, М. Портер, Н. Решетько, Т. Шкляр, А. Яковлев та ін. Питанням вдосконалення стратегій цифрового маркетингу в умовах активного запровадження інновацій присвячено праці таких вчених як Р. Тхакур, Д. Аль-Салех, Ф. Біл, С. Феурер, М. Кларман, Г. Грегори, Л. Нго, М. Каравдич, Е. Болат, К. Кулі, Л. Райт, Ю. Дурмаз, І. Ефендіоглу та ін.

**Метою дослідження** є розробка маркетингової стратегії для підприємства ТОВ ІПГ «МАЙСТЕР»

### **Завдання дослідження:**

- дослідити сутність промислового маркетингу та його основні складові;
- розглянути функції, завдання, інструменти та концепції промислового маркетингу;
- проаналізувати особливості маркетингових стратегій для промислового підприємства;
- дослідити особливості діяльності підприємства ТОВ ІПГ «Майстер»;
- проаналізувати зовнішнє, внутрішнє та конкурентне середовище;
- проаналізувати маркетингову діяльність підприємства;
- розробити маркетингову стратегію для підприємства та етапи її впровадження;
- розробити маркетингову стратегію – план пошукової оптимізації (SEO).

**Об'єктом дослідження** є процеси організації маркетингу промислового підприємства ТОВ ІПГ «Майстер».

**Предметом дослідження** є сукупність теоретичних, методичних та прикладних положень щодо маркетингової діяльності ТОВ ІПГ «Майстер».

**Методи дослідження.** Теоретичною та методологічною основою досліджень виступають наукові праці вітчизняних і закордонних вчених з питань промислового маркетингу. В процесі написання кваліфікаційної роботи були використані такі методи дослідження, як: системний підхід (під час узагальнення теоретичних положень щодо промислового маркетингу); метод спостереження (під час збору інформації для аналізу); індексний метод (при дослідженні фінансових показників підприємства); SWOT-аналіз (при аналізі внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища) та STEP-аналіз (під час аналізу макромаркетингового

середовища). Були широко застосовані методи схематичного, табличного та графічного представлення інформації.

**Інформаційна база дослідження.** Інформаційною базою дослідження виступили наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з питань промислового маркетингу періодичні видання, монографії та наукові статті з окресленої тематики. Для отримання аналітичної інформації використані дані статистичної звітності та внутрішня документація ТОВ ІПГ «МАЙСТЕР».

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в здатності надати підприємству цінних рекомендацій щодо маркетингових стратегій та допомогти підвищити конкурентоспроможність компанії

**Структура та обсяг роботи.** . Робота складається зі змісту, вступу, трьох розділів, які містять 8 підрозділів, висновків, списку літератури з 32 джерел і 3 додатків. Робота містить 12 рисунків і 24 таблиці. Загальний обсяг роботи становить 91 сторінку.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні основи маркетингової комунікаційної політики підприємства»* визначено сутність промислового маркетингу, розглянуто його функції, завдання та концепції. Досліджено інструменти промислового маркетингу. Проаналізовано маркетингову стратегію підприємства.

У другому розділі *«Аналіз діяльності промислового підприємства ТОВ ІПГ «МАЙСТЕР»»* здійснено опис загальної характеристики підприємства, досліджено основні фінансові показники діяльності, досліджено комплекс маркетингу та особливості маркетингового середовища. Проаналізовано маркетингову діяльність підприємства.

У третьому розділі *«Розробка маркетингової стратегії для підприємства ТОВ ІПГ «МАЙСТЕР»»* запропоновано розробити програми лояльності для постійних клієнтів, оптимізувати соціальні мережі та план пошукової оптимізації.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Промисловий маркетинг- це процес побудови та підтримки відносин між промисловими постачальниками та клієнтами з метою задоволення потреб обох сторін у довгостроковій перспективі.

2. Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є промислове підприємство ТОВ ІПГ «МАЙСТЕР», яке спеціалізується на виробництві та реалізації будівельних матеріалів для повного циклу будівельних і ремонтно-оздоблювальних робіт. Компанія пропонує широкий асортимент продукції, включаючи клеї, герметики, ґрунтовки, фарби, штукатурки, ізоляційні матеріали та багато іншого.

3. За результатами фінансового аналізу діяльності підприємства за період 2021-2022 років можна зробити висновок, що хоча обсяг основних засобів(-8.16%) та необоротних активів(-4.01%) зменшився, підприємство виявило позитивні тенденції в збільшенні ліквідності, оборотних активів(+14.29%) та загальних активів(+0.38%).

Ці показники свідчать про стабільність підприємства та його спроможність забезпечувати платежі. Загалом, цей аналіз підтверджує, що підприємство ТОВ ІПГ «МАЙСТЕР» володіє потенціалом для успішного проникнення на ринок та досягнення поставлених цілей.

4. З точки зору цінової стратегії ТОВ ІПГ «МАЙСТЕР» пропонує конкурентоспроможні ціни на свою продукцію, що має велике значення на висококонкурентному українському ринку будівельних матеріалів.

5. Здійснений SWOT-аналіз дозволив виявити головні можливості розвитку підприємства: впровадження нових послуг в асортимент та розробка ефективної рекламної кампанії (наприклад, участь у виставках, ярмарках та конференціях). Загрозами підприємства є конкуренція та витіснення з боку більших гравців ринку; економічна нестабільність через воєнні дії на території України впливають на попит на будівельні матеріали.

6. На основі STEP-аналізу ТОВ ІПГ «МАЙСТЕР» зроблено висновок, що найбільшу загрозу діяльності підприємства представляє економічний фактор. У той же час важливим фактором загрози виступає політико-правовий фактор. Науково-технічний фактор має позитивний вплив на підприємство, адже у будівельній галузі високий рівень технологічного розвитку

7. Аналіз маркетингової діяльності ТОВ ІПГ «МАЙСТЕР» показав, що підприємство активно займається маркетинговою діяльністю з просування своїх товарів та послуг. Компанія використовує різноманітні маркетингові канали, включаючи соціальні медіа-платформи, такі як Facebook та Instagram, а також свій офіційний веб-сайт.

8. Розроблено маркетингову стратегію, для виходу на цільовий ринок компанії, а сама SEO-оптимізацію. Завдяки наведеним заходам можна очікувати збільшення прибутку на 10%, отже очікуваний показник власного капіталу у 2023 році становитиме приблизно 165,550.8.грн .Таким чином, наведені заходи є ефективними та сприяють поліпшенню економічних показників діяльності ТОВ ІПГ «МАЙСТЕР».