

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА МІЖНАРОДНОЇ ЛОГІСТИКИ

РЕФЕРАТ  
кваліфікаційної роботи  
на здобуття освітнього ступеня бакалавр  
зі спеціальності 075 «Маркетинг»  
на тему: РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ  
СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ПП "АНАЛІТИК"

Виконавець:  
студента ЦЗФН факультету:  
Меліксетян Елла Едвардівна

Науковий керівник:  
д.е.н., професор  
Саєнсус Марія Анатоліївна

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Консалтинг - це дуже широке поняття, і через це воно мало що пояснює, тому що будь-яка допомога компанії при рішенні проблем, що виникають у ході її діяльності, має право називатися консалтингом. Оскільки коло подібних проблем досить широке, діяльність консультантів важко піддається якій-небудь класифікації.

Існування величезної кількості компаній, що надають консалтингові послуги як у якому-небудь одному напрямку, так і послуг, що охоплюють повний спектр даної галузі, не полегшує це завдання. Таким чином, в поняття "консалтинг" кожний вкладає різний зміст, обумовлений практичним напрямком своєї діяльності, і це найчастіше приводить до плутанини. Це підтверджується і українською практикою, де можна зустріти згадування про консалтинг, як при проведенні взаємозаліків, так і при використанні бухгалтерських програм, і навіть - при створенні політичного іміджу.

Суть консалтингу полягає в допомозі клієнтові компанії підвищувати ефективність своєї діяльності і створювати вартість, як шляхом надання інформації й рекомендацій, так і надаючи свої послуги в досягненні поставлених цілей. Консультанти вивчають і аналізують ситуацію, висувають гіпотези і пропонують нововведення, а також переконують клієнтів у необхідності запропонованих мір і перетворюють їх у життя.

В умовах інтеграції української економіки у світову питання, пов'язані з обслуговуванням бізнесу, здобувають величезне значення для керівників підприємств. Всі вони зіштовхуються з перетворенням форм власності на основі роздержавлення і акціонування підприємств, з ростом цін, іноземним інвестуванням і переплетенням українських і іноземних капіталів, а також зміною їхньої внутрішньої структури, з наближенням її до тих пропорцій, які характерні для світової економіки в цілому. Лише після цього може початися рух країни до світового рівня ефективності економіки, що і є головною метою перетворень.

Однак існує ще безліч проблем консалтингової діяльності в Україні. Не вистачає кваліфікованих фахівців. Не відрегульована нормативно-правова база. Постійно встає питання якості консалтингових послуг. Не адаптовані методики консалтингової діяльності до умов економіки України. Все це сприяє проведенню наукових досліджень із подальшим застосуванням їх на практиці.

Основи розвитку сучасної теорії маркетингу і продажів, формування маркетингових каналів розподілу і важливість застосування інтернет-технологій в маркетингу і продажах розглянуті та узагальнені в роботах вчених, таких як Г.Л.Багієв, Д.І.Баркан, Балабанової Л., Бурковської А., Войчака А., Діксона П., Ілясова Ю., Куденко Н., Котлера Ф., Павленка А., Ортинської В., Сардак О., Сейфуллаєвої Р., Фатхутдінова Р. П. Діксон, С.І. Кірюков, Ф.Котлер, Ж.Ж.Ламбен, Т.Д.Маслова, Х.Мефферт, В.Н.Наумов, В.Н.Татаренко, Л.І. Штерн, А.І. Ель-Ансарі, Е.Т. Кофлан, О.У.Юлдашева і ін.

Дана кваліфікаційна робота присвячена загальному огляду галузі економіки, яку можна позначити як консалтинг; вивченню специфіки світового та українського ринку консалтингу; визначенню шляхів покращення ефективності діяльності підприємства, що надає консалтингові послуги. Автор роботи дає систематизований опис галузі в цілому і окремих напрямків діяльності, які представляються авторові найцікавішими.

Основна увага, таким чином, приділена управлінському та інвестиційному консалтингу. Саме управлінський консалтинг прийнятий називати "консалтингом" в усьому світі, з моменту появи цього терміна і до наших днів. Інвестиційний консалтинг, с точки зору аналітиків ринку, користується найбільшим попитом, особливо у країнах, що розвиваються.

Кваліфікаційна робота виконується з **метою** закріплення, поглиблення та узагальнення знань, одержаних під час навчання та їх застосування для комплексного вирішення конкретного завдання.

Виконання даної кваліфікаційної роботи дозволило авторові вирішити наступні найважливіші **задачі**: закріпити, творчо осмислити і практично

застосувати знання, отримані при вивчанні дисциплін учбового плану спеціальності; прищепити вміння вирішувати проблеми управлінського характеру; розширити уявлення про сучасні проблеми керування, шляхах і підходах до їхнього рішення в умовах переходу до ринку, навчитися мислити концептуально і обґрунтовувати ефективність пропонованих рішень.

**Завдання:**

1. Проаналізувати ситуацію з використанням консалтингу на вітчизняних підприємствах;
2. Проаналізувати історію та фінансово-економічний стан компанії ПП "АНАЛІТИК"
3. Проаналізувати маркетингову діяльність компанії ПП "АНАЛІТИК" ;
4. проаналізувати стратегію компанії, а в області управління маркетинговою системою. ПП "АНАЛІТИК"
5. На основі проведеного аналізу розробити пропозиції щодо оптимізації управління системою маркетингу компанії ПП "АНАЛІТИК".

У даній кваліфікаційної роботі проведено аналіз діяльності ПП «Аналітик», що діє на українському ринку консалтингових послуг, розроблені рекомендації про внесення змін в систему управління компанією для покращення роботи фірми і подальшого виходу її на міжнародний ринок консалтингу, а також розрахована ефективність від застосування рекомендованих змін.

**Методи дослідження.** У кваліфікаційної роботі використано аналітичний метод при дослідженні ефективності маркетингу на підприємстві, загальнонаукові методи аналізу, синтезу при дослідженні та узагальненні різних підходів до впровадження маркетингу на підприємстві. Під час написання кваліфікаційної роботи використовувалися монографії, наукові статті, дані державної статистики, а також внутрішня статистична та бухгалтерська звітність підприємства. При написанні використовувались

комп'ютерні програми MS Word, MS Excel, MS PowerPoint, Firefox, Adobe Acrobat, DjVuViewer.

**Інформаційна база.** Інформаційною базою дослідження є праці вітчизняних і зарубіжних економістів з даної тематики, а також нормативно–правові акти України, що визначають методологічні засади розкриття інформації про стан та діяльність суб'єктів господарювання у їх фінансовій звітності, періодична і спеціальна література з фінансового аналізу та фінансового менеджменту. В ході написання роботи використовувалися наукова періодика з досліджень платоспроможності та ефективності її забезпечення, підручники, монографії, періодичні публікації, фінансова та статистична звітність досліджуваного підприємства компанії

Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 103 сторінок. Основний зміст викладено на 95 сторінках. Робота містить 35 таблиць, 28 рисунків, 52 літературних джерел.

### ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні підходи до управління маркетинговою стратегією підприємства». У роботі узагальнено теоретичні основи формування маркетингової стратегії підприємства в сучасних економічних умовах. В умовах інтеграції української економіки у світову питання, пов'язані з обслуговуванням бізнесу, здобувають величезне значення для керівників підприємств. Всі вони зіштовхуються з перетворенням форм власності на основі роздержавлення і акціонування підприємств, з ростом цін, іноземним інвестуванням і переплетенням українських і іноземних капіталів, а також зміною їхньої внутрішньої структури, з наближенням її до тих пропорцій, які характерні для світової економіки в цілому. Лише після цього може початися рух країни до світового рівня ефективності економіки, що і є головною метою перетворень.

У другому розділі «Аналіз стратегії маркетингу компанії ТОВ «АЛЛО»

здійснено опис загальної характеристики. Зміни на підприємстві мають відбуватися поетапно:

- аналіз спектру послуг, які фірма має змогу надавати на цей час та виділення із них тих, які користуються найбільшим попитом або найбільш прибуткові;
- виділення декількох основних напрямків дії фірми;
- зміна типу організаційної структури підприємства відповідно до обраних напрямків дії;
- зміна кількості працівників фірми згідно з обраним типом організаційної структури;
- прийняття заходів по управлінню персоналом, мотивації робітників;
- побудова правильного внутрішнього іміджу компанії;
- прийняття заходів для постійного покращення якості консалтингових послуг;
- калькуляція витрат, пов'язаних із змінами у системі управління організацією.

Виходячи із можливостей фірми та ринкового потенціалу, автор роботи виявила, що ПП «Аналітик» може розробляти та вдосконалювати деякі консалтингові послуги, що користуються попитом на світовому ринку, а саме: інвестиційний консалтинг, бізнес проектування, девелопмент; в спектрі послуг фірми залишаються оціночні роботи по нерухомості, майнових правах, землі та ЦМК.

У третьому розділі запропоновано Запропонований інтегрований підхід. Для формування якісних та ефективних взаємовідносин із українськими та іноземними клієнтами створюються різні рівні іміджу фірми та проводиться навчання робітників по будівництву відносин із клієнтами. Це дозволить підвищити якість послуг, що поставляються фірмою.

Усі перераховані зміни потребують грошових вкладень. Розрахунки показали, що, навіть, при єдино разовому вкладі коштів у основні засоби,

підприємство отримає прибуток ще за перший рік роботи. Це говорить на користь прийняття та впровадження усіх перерахованих змін.

Існує багато проблем консалтингової діяльності в Україні. Не вистачає кваліфікованих фахівців. Не відрегульована нормативно-правова база. Постійно встає питання якості консалтингових послуг. Не адаптовані методики консалтингової діяльності до умов економіки України. Все це сприяє проведенню наукових досліджень із подальшим застосуванням їх на практиці.

Можна зробити висновок про те, що фірма ПП «Аналітик», яка професійно надає якісні консультаційні послуги і діє за міжнародними стандартами, при правильній організації роботи буде користуватися попитом як у українських, так і у іноземних інвесторів.

## **ВИСНОВКИ**

Дана робота присвячена загальному огляду галузі економіки, яку можна позначити як консалтинг; вивченню специфіки світового та українського ринку консалтингу; визначенню шляхів покращення ефективності діяльності підприємства, що надає консалтингові послуги. Автор роботи дала систематизований опис галузі в цілому і окремих напрямків діяльності, які представилися авторові найцікавішими.

Суть консалтингу полягає в допомозі компанії підвищувати ефективність своєї діяльності і створювати вартість, як шляхом надання інформації і рекомендацій, так і надаючи свої послуги в досягненні поставлених цілей.

В умовах інтеграції української економіки у світову питання, пов'язані з обслуговуванням бізнесу, здобувають величезне значення для керівників підприємств. Всі вони зіштовхуються з перетворенням форм власності на основі роздержавлення і акціонування підприємств, з ростом цін, іноземним інвестуванням і переплетенням українських і іноземних капіталів, а також зміною їхньої внутрішньої структури, з наближенням її до тих пропорцій, які

характерні для світової економіки в цілому. Лише після цього може початися рух країни до світового рівня ефективності економіки, що і є головною метою перетворень.

Сьогодні на ринку консалтингових послуг склалася ситуація, коли попит на якісні консалтингові послуги не задовольняється повною мірою. Для того, щоб фірма ПП «Аналітик» мала змогу вийти на міжнародний ринок консалтингу, тобто ефективно співпрацювати із іноземними інвесторами, керівництву необхідно позиціонувати підприємство, як таке, що надає широкий спектр якісних консалтингових послуг міжнародного рівня. Автор роботи розробляє рекомендації щодо вдосконалення внутрішньої системи управління підприємством. Зміни на підприємстві мають відбуватися поетапно:

- аналіз спектру послуг, які фірма має змогу надавати на цей час та виділення із них тих, які користуються найбільшим попитом або найбільш прибуткові;
- виділення декількох основних напрямків дії фірми;
- зміна типу організаційної структури підприємства відповідно до обраних напрямків дії;
- зміна кількості працівників фірми згідно з обраним типом організаційної структури;
- прийняття заходів по управлінню персоналом, мотивації робітників;
- побудова правильного внутрішнього іміджу компанії;
- прийняття заходів для постійного покращення якості консалтингових послуг;
- калькуляція витрат, пов'язаних із змінами у системі управління організацією.

Виходячи із можливостей фірми та ринкового потенціалу, автор роботи виявила, що ПП «Аналітик» може розробляти та вдосконалювати деякі консалтингові послуги, що користуються попитом на світовому ринку, а саме: інвестиційний консалтинг, бізнес проектування, девелопмент; в спектрі послуг



фірми залишаються оціночні роботи по нерухомості, майнових правах, землі та ЦМК.

Внаслідок розширення спектру послуг слід змінити лінійну організаційну структуру фірми на більш гнучку, адаптивну. Самою ефективною в умовах сьогоденного ринкового середовища буде комбінація із лінійно-функціональної та проектної структури.

Зміни у організаційній структурі потребують збільшення персоналу фірми, що потрібно внести до калькуляції затрат, адже наймання додаткових робітників потребує додаткових вкладень до основних фондів підприємства. В залежності від рівня та спеціалізації працівника розробляються системи мотивації: матеріальної та нематеріальної.

Для формування якісних та ефективних взаємовідносин із українськими та іноземними клієнтами створюються різні рівні іміджу фірми та проводиться навчання робітників по будуванию відносин із клієнтами. Це дозволить підвищити якість послуг, що поставляються фірмою.

Усі перераховані зміни потребують грошових вкладень. Розрахунки показали, що, навіть, при єдино разовому вкладі коштів у основні засоби, підприємство отримає прибуток ще за перший рік роботи. Це говорить на користь прийняття та впровадження усіх перерахованих змін.

Існує багато проблем консалтингової діяльності в Україні. Не вистачає кваліфікованих фахівців. Не відрегульована нормативно-правова база. Постійно встає питання якості консалтингових послуг. Не адаптовані методики консалтингової діяльності до умов економіки України. Все це сприяє проведенню наукових досліджень із подальшим застосуванням їх на практиці.

Можна зробити висновок про те, що фірма ПП «Аналітик», яка професійно надає якісні консультаційні послуги і діє за міжнародними стандартами, при правильній організації роботи буде користуватися попитом як у українських, так і у іноземних інвесторів.