

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

Кафедра менеджменту організацій

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**  
**зі спеціальності 073 Менеджмент**  
(шифр та найменування спеціальності)

на тему: **«Управління організацією просування лакофарбових  
матеріалів на ринку»**

(назва теми)

**Виконавець:**

студент факультету менеджменту, обліку та  
інформаційних технологій

Багинський Максим Олександрович \_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Науковий керівник:**

\_\_\_\_\_старший\_\_\_\_\_викладач\_\_\_\_\_  
(науковий ступінь, вчене звання)

Данчева Олена Миколаївна \_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Лакофарбове виробництво є сучасним сектором української хімічної промисловості, який зберігає достатній ринковий потенціал, демонструє високі темпи відновлення та має високі перспективи розвитку.

Проте, є певні труднощі, які спричинені падінням попиту на продукцію вітчизняного виробника, полягають вони не стільки в розірваних економічних зв'язках, скільки в неспроможності українських підприємств ефективно просувати свою продукцію, створюючи і завойовуючи при цьому нові ринки збуту та відновлюючи старі.

Розвиток українського виробництва фарб і лаків має відбуватися у загальносвітовому тренді, який полягає у зростанні екологічно безпечної ЛФП і запровадженні жорсткіших екологічних вимог.

Актуальність теми полягає у просуванні концепції екологізації лакофарбової продукції. В цьому напрямку важливу роль мають відігравати інструменти підвищення інформованості споживача, зокрема соціальна реклама.

Метою роботи є аналіз та удосконалення системи організації управління просуванням продукції на ринку лакофарбових матеріалів.

Для досягнення поставленої мети в роботі були виконані наступні завдання:

- ✓ визначено сутність, методи та інструменти просування продукції;
- ✓ проаналізовано процес управління організацією просування продукції залежно від етапу життєвого циклу товару;
- ✓ розглянуто процес управління просуванням продукції;
- ✓ надано організаційно-економічну характеристику ТОВ «ЕСКАРО КОЛОР»;
- ✓ проаналізовано зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства;
- ✓ надано заходи щодо вдосконалення системи управління організацією просування продукції;

✓ оцінено ефективність заходів щодо вдосконалення просування продукції підприємства.

Об'єктом дослідження є процес управління просуванням лакофарбових матеріалів ТОВ «ЕСКАРО КОЛОР».

Предметом дослідження є теоретичні положення та прикладні аспекти підвищення ефективності просування лакофарбових матеріалів на ринку.

База дослідження – ТОВ «ЕСКАРО КОЛОР».

Використані методи системного і економічного аналізу, фінансово-економічний аналіз показників підприємства, аналітичний метод дослідження сильних і слабких сторін діяльності підприємства. економіко-математичного прогнозування та наукового узагальнення для аналізу запропонованих заходів.

В роботі використана звітна документація з бази практики, навчальні посібники, законодавчі та нормативні акти та інші літературні джерела.

Практичне значення отриманих результатів, викладених у роботі, полягають в обґрунтуванні пропозицій щодо підвищення ефективності просування лакофарбових матеріалів ТОВ «ЕСКАРО КОЛОР». Визначено економічний ефект від реалізації запропонованих заходів.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (\_30\_ найменувань). Загальний обсяг роботи становить \_61\_ сторінку. Робота містить \_\_21\_\_ таблицю, \_\_14\_\_ рисунків.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі розглянуто сутність, методи та інструменти просування продукції; управління організацією просування продукції залежно від етапу життєвого циклу товару; соціально відповідальне просування лакофарбової продукції на основі збалансованої системи показників.

У другому розділі було проаналізовано фінансово-економічний стан підприємства та обґрунтовано шляхи удосконалення управління просування лакофарбової продукції.

З метою ефективного просування лакофарбової продукції ТОВ «ЕСКАРО КОЛОР» пропонується проведення наступних заходів:

- ✓ використати медіаплатформи, такі як онлайн-реклама та соціальні мережі, для максимального охоплення аудиторії;
- ✓ створити цікавий контент, що буде висвітлювати властивості та застосування лакофарбових продуктів нашого підприємства. Розповсюдити цей контент через різні канали, щоб привернути увагу споживачів;
- ✓ взяти участь у будівельній виставці у м. Києві Лак&Фарба Ехро UA, яка відбудеться 15-17 жовтня 2024 р..

Витрати на заходи з ефективного просування лакофарбової продукції ТОВ «ЕСКАРО КОЛОР» складають 240000 тис. грн. Маржинальний дохід покриє витрати на заходи і забезпечить отримання додаткового прибутку в розмірі: 384796 тис. грн.

## ВИСНОВКИ

Головною метою удосконалення процесу просування продукції є привертання уваги споживачів, що може бути досягнуто різними методами. Досягнення цієї мети можливе за допомогою стимулювання збуту, за допомогою надання знижок, акцій, проведення презентацій та дегустацій, з метою збільшення попиту на нові товари. Реалізація таких заходів дозволить підприємству покращити свою ринкову позицію та досягти визначеної цілі.

В умовах стрімкого розвитку соціальних медіа особливо важливою є роль віртуальних рекламних платформ. Керівництву ТОВ «ЕСКАРО КОЛОР» рекомендується приділяти більше уваги використанню Інтернет-ресурсів, зокрема соціальних мереж. Це надасть можливість ефективно взаємодіяти з аудиторією, залучати увагу споживачів та використовувати передові технології для створення вражаючих та ефективних рекламних кампаній.

Впровадження соціально відповідального інтегрованого маркетингу є невід'ємною частиною еволюції цивілізованого бізнесу, який спрямований не лише на отримання миттєвого прибутку, а й на врахування важливих соціальних аспектів. Цей підхід визначається не лише економічними вигодами, але й врахуванням соціальних цінностей.

Ринок ЛФМ в Україні піддається впливу зовнішніх факторів та структурних змін. В галузі лакофарбових матеріалів існують всі передумови для поточного та майбутнього розвитку. Однією з основних проблем, яку необхідно вирішувати, є велика частка імпортованих продуктів лакофарбової промисловості від зарубіжних виробників.

Витрати на заходи з ефективного просування лакофарбової продукції ТОВ «ЕСКАРО КОЛОР» складають 240000 тис. грн. Маржинальний дохід покриє витрати на заходи і забезпечить отримання додаткового прибутку в розмірі: 384796 тис. грн. Звідси можемо зробити висновок, що запропоновані заходи є економічно обґрунтовані та ефективними.