

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

РЕФЕРАТ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавра

зі спеціальності 075 «Маркетинг»

на тему: ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ
ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТОВ «ЦЕМЕНТ»

Виконавець: Еремеева Юлія Федорівна
студентка ЦЗФН факультету

/підпис/

Науковий керівник:

кандидат економічних наук, доцент

Губерник Аркадій Олексійович

/підпис/

ОДЕСА – 2024

ВСТУП

Актуальність теми. В міру того, як зростає темп соціально-економічного розвитку, управління інноваційною діяльністю підприємства стає усе більш актуальним. На сьогоднішній день розвиток організації є не тільки наслідком природної еволюції, але і результатом цілеспрямованих зусиль керівників. За допомогою стратегічного підходу до формування і реалізації конкурентних переваг забезпечується довгострокове успішне функціонування організації в динамічному ринковому середовищі, становлення і зміцнення її інноваційного потенціалу.

Аналізуючи дослідження і публікації останніх років, можливо зробити висновок, що загальнонауковий, теоретичний сенс інноваційного менеджменту як ефективної складової ієрархічної системи стратегічного управління знайшов своє відображення в багатьох працях як зарубіжних, так і вітчизняних авторів: І. Ансоффа, М. Портера, А. Чендлера, А. Стрікланда, А. Томпсона, О.С. Віханського, М.В. Володькіної, А.С. Гальчинського, В.М. Гейця, Л.Є. Довганя, П. Друкера, В.Д. Немцова, В.С. Пономаренка, В.П. Семиноженка, З.Є. Шершньової, О.М. Ястремської та інших. Не відстає і активно розвивається українська школа стратегічного менеджменту інновацій, до складу якої входять провідні економісти-теоретики та практики: С.М. Ілляшенко, О.Прокопенко, А.В. Гриньов, Уткін Л., Б.М. Данилишин, В.Я. Заруба, Ю.Б., Іванов, В.І. Ландик, П.А. Орлов, П.Г. Перерва, А.А. Садеков, А.І. Яковлев та інші. Але в той самий час деякі недостатньо досліджені проблеми щодо реалізації процесу інноваційного управління, які мають прикладний характер, а також стосуються оцінки якості інноваційної діяльності підприємств. Особливо потребують уваги питання інноваційного менеджменту як ефективної складової стратегічного управління

Актуальність обраної теми обумовлена роллю та значенням, яких набуває стратегічне управління інноваційною діяльністю в сучасних умовах господарювання, особливо національної економіки. Дослідження основних

понять, сутності та особливостей управління інноваційними процесами на підприємствах дозволить виділити і встановити стратегічні орієнтири на шляху інноваційних перетворень.

Підприємство, обране для розгляду у даній роботі, а саме товариство з обмеженою відповідальністю «ЦЕМЕНТ», безперечно доводить своєю діяльністю необхідність та ефективність інноваційного розвитку у галузі виробництва цементу, оскільки це підприємство є одним з крупніших заводів України.

Мета та завдання роботи. Метою даного наукового дослідження є аналіз стану інноваційної діяльності ТОВ «ЦЕМЕНТ» та розробка заходів з її удосконалення.

Завданнями є:

- визначення сутності інноваційної діяльності і ролі у підвищенні ефективності виробництва,
- розгляд методів оцінювання рівня інноваційної діяльності;
- розробка короткого аналізу показників виробничої діяльності підприємства;
- проведення аналізу стану інноваційної діяльності підприємства;
- надання рекомендацій, які б сприяли підтриманню та покращенню рівня інноваційної діяльності на підприємстві.

Об'єктом дослідження є товариство з обмеженою відповідальністю «Цемент».

Предметом дослідження є інноваційна діяльність підприємства. Її аналіз дуже важливий для визначення майбутнього інноваційного розвитку підприємства.

Методи досліджень. Теоретичною основою дослідження є фундаментальні положення сучасної економічної теорії, наукові праці зарубіжних та вітчизняних вчених з питань інноваційної діяльності підприємства. В процесі дослідження використовувались, методи, зокрема: методи теоретичного узагальнення – для дослідження теоретичних основ

інноваційної діяльності; методи аналізу та синтезу – для виявлення основних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, що впливають на інноваційну сприйнятливість підприємства, методів економіко-математичного моделювання, статистичного та соціологічного дослідження, аналіз та синтез, елементи прогнозування.

Інформаційною базою дослідження є нормативні та законодавчі акти України, що регламентують інноваційну діяльність підприємства; основні положення наукових праць вітчизняних і зарубіжних учених у межах досліджуваного проблемного поля; організаційно-управлінська документація будівельної галузі, періодичних видань, даних статистичної звітності ТОВ «ЦЕМЕНТ».

Наукова новизна одержаних результатів полягає у наступному: набуло подальшого розвитку підхід щодо розробки інноваційної стратегії ТОВ «ЦЕМЕНТ» який у роботі здійснюється на засадах технологічних перетворень.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що отримані результати та пропозиції сприяють удосконаленню управління інноваційною діяльністю ТОВ «ЦЕМЕНТ».

РОЗДІЛ 1. У разі застосування маркетингового методу, орієнтованого на споживача, слід знати не тільки те, що продається або може бути продано на ринку, але і те, що купують окремі споживачі. Маркетолог повинен знати запити і сподівання споживачів, кожен з яких - неповторна особистість, зі своїми рисами характеру, смаками, звичками і т. д. Тільки таким шляхом можна доставити споживачеві те, що він хоче придбати. У разі застосування обох методів у комплексі підприємство менше піддається ризику. Неможливо уявити собі чисту реалізацію цих методів окремо, бо немислимо спочатку зосередити всю увагу на продукті, а потім переключити його на споживача. Одночасна діяльність підприємства в обох напрямках і є суть інтегрованого методу, який в сучасних умовах є більш кращим. Таким чином, маркетингова діяльність підприємства – сукупність різноманітних засобів, заходів, методів,

використання яких спрямоване на просування продукції підприємства та закріплення його позицій на ринку. Багато підприємств роблять кроки до того, щоб реорганізувати або створити знов систему маркетингу підприємства. Враховуючи, що більшість підприємств знаходяться в складному фінансовому положенні, звичайно рекомендується почати з дій, які не вимагають значних витрат. Заходи організаційно-управлінського характеру, які при цілеспрямованій реалізації дозволяють підприємству значно підвищити ефективність служби маркетингу і збуту. Бажано детальне дослідження ринку, визначення потенціалу різних груп споживачів, оцінка можливості компанії і конкурентні переваги, а також розробити нову маркетингову стратегію, що враховує ці переваги і потенціал ринку.

Оцінка ефективності маркетингової діяльності може бути виконана через зіставлення приросту прибутку від здійснення тих чи інших маркетингових дій з рівнем витрат, необхідних для них. Однак досить складно оцінити саме приріст прибутку, адже не завжди відомо, чим саме він був зумовлений, якщо мова йде про маркетингові дії підприємства. Отже, коректна оцінка маркетингової діяльності за кількісними критеріями потребує формування адекватної системи контрольних параметрів.

РОЗДІЛ 2. У другому розділі роботи була досліджена діяльність товариства з обмеженою відповідальністю «ЦЕМЕНТ» і надана його загальна характеристика.

Дані про результати діяльності підприємства дозволяють зробити узагальнений висновок про те, що ТОВ «ЦЕМЕНТ» є одним із найбільших підприємств в регіоні, що прагне зайняти лідируюче положення у своєму сегменті ринку.

На основі форми 1-Ф та 2-Ф фінансової звітності підприємства (баланс та звіт про фінансові результати) за 2021-2023 рр було проведено аналіз основних техніко-економічних показників господарської діяльності. В результаті отримані відомості щодо динаміки показників платоспроможності

підприємства, проаналізована фінансова стійкість, рентабельність сукупного та власного капіталу.

За результатами проведеного SWOT- аналізу були визначені сильні і слабкі сторони, можливості та загрози, перелік яких, дозволив визначити систему можливих стратегічних заходів щодо перспектив інноваційного розвитку ТОВ «ЦЕМЕНТ», серед яких збільшення обсягів вироблення продукції та розширення асортименту, підвищення рівня якості продукції, створення на підприємстві відділу маркетингу, використання нових технологій виробництва цементу.

РОЗДІЛ 3. Висновки до третього розділу. Активне використання підприємством новацій - це єдиний шлях зростання. Тільки інновації можуть сприяти економічному зростанню. Таким чином, взявши за пріоритетне інноваційний шлях розвитку, підприємство забезпечить собі випуск конкурентоспроможної продукції, а разом із цим високі прибутки. Управління інноваційною діяльністю на основі стратегічного підходу вимагає від підприємства вибору не лише найбільш оптимальної інноваційної стратегії, здатної забезпечити йому підвищення конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі, але і ефективних напрямів її реалізації.

В процесі впровадження інноваційної стратегії ТОВ «ЦЕМЕНТ» було обґрунтовано доцільність впровадження інноваційного проекту – нового виду продукції – безклінкерний цемент.

У розділі 3 були визначені загальні напрямки інноваційного розвитку ТОВ «ЦЕМЕНТ», з метою покращення фінансового стану підприємства запропоновано введення нового виду цементу на основі альтернативної сировини, детально розглянуті сучасні рекомендовані технології виробництва; також надані порівняльні характеристики споживчих та екологічних властивостей цементу, що виробляється на підприємстві зараз та цементу, що пропонується до виготовлення. Доведена доцільність виробництва цементу на основі нового виду сировини.

Окрім цього була розрахована собівартість модифікованого цементу – безклінкерного, і на цій підставі виведений ймовірний прибуток підприємства після нововведення: плановий прибуток підприємства становить 37 760 тис грн. у порівнянні зі збитком у розмірі -4 463 за звітній період при інших рівних умовах. А якщо ж підприємство у майбутньому плануватиме збільшити обсяг виробництва, величина прибутку також відповідно зросте.

За допомогою порівняльних таблиць наочно була доведена ефективність впровадження безклінкерного цементу.

ВИСНОВКИ

Одним з головних завдань будь-якого суспільства є оволодіння найновітнішими науково-технічними досягненнями. Необхідність науково-технічного розвитку економічних систем будь-якого рівня викликається такими причинами, як: зростання культури суспільства і підвищення вимог споживачів щодо якості та різноманітності товарів і послуг: конкуренція виробників з метою збереження свого місця на ринку і отримання найвищого прибутку; ресурсні та екологічні обмеження, що виникають у зв'язку з вичерпанням традиційних ресурсів та необхідністю збереження довкілля; прогрес у суміжних галузях та країнах, з якими кооперується дана економічна система: системний розвиток науки за внутрішніми законами пізнання природних та суспільних явищ.

Актуальність формування та постійного вдосконалення національних системи управління нововведеннями зумовлена місцем, яке посідає НТП у житті суспільства, особливо в період економічних трансформацій.

По-перше, НТП забезпечує інтенсивний розвиток виробничих сил і підвищення техніко-економічного рівня продукції; розширює можливості варіювання ресурсами і послаблює залежність розміщення продуктивних сил від природних умов; дозволяє підвищити можливості імпортозаміщення і збільшити експортний потенціал держави.

По-друге, перехід економіки України до ринку, усвідомлення ресурсних та екологічних обмежень, орієнтація на світовий ринок, викликає нагальну

необхідність сполучення інвестицій з інноваціями, оскільки застосування застарілих рішень, обертається значними збитками і втратою конкурентоздатності національної економіки.

По-третє, централізований механізм управління НТП в Україні демонтований, тоді як виробничо-економічні системи поки що не мають достатньої рефлексії до нововведень. Попередній розвиток виробничо-економічні системи на переважно екстенсивній основі призвів до консервації застарілих виробничих процесів, деградації якості продукції. Переорієнтація на нові соціально-економічні пріоритети обумовлює необхідність узгодженого регулювання НТП на всіх рівнях управління, переміщення центру ваги управління нововведеннями на виробничий рівень.

Дані про результати діяльності підприємства дозволяють зробити узагальнений висновок про те, що ТОВ «ЦЕМЕНТ» є сучасним підприємством, що прагне зайняти лідируюче положення у своєму сегменті ринку

На основі форми 1-Ф та 2-Ф фінансової звітності підприємства (баланс та звіт про фінансові результати) за 2019-2023 рр. було проведено аналіз основних техніко-економічних показників господарської діяльності. В результаті отримані відомості щодо динаміки показників платоспроможності підприємства, проаналізована фінансова стійкість, рентабельність сукупного та власного капіталу.

Після розгляду і аналізу основних показників виробничо-господарської діяльності ТОВ «ЦЕМЕНТ», очевидним став повний спектр проблем, наявних в даній компанії. Найважливішою проблемою виявилася велика кредитна заборгованість, яка має негативний вплив фінансовий стан підприємства.

Цьому явищу є певне пояснення:

- підприємством була витрачена велика сума коштів на переобладнання у 2023 році, власних грошей не вистачало, в результаті чого було використано валютний кредит;

- майже одночасно з цим стан економіки України і світу погіршився, країна опинилася у кризі, разом із тим ТОВ «ЦЕМЕНТ» до сьогоднішнього часу не може погасити кредит через велику курсову різницю.

Так проведений аналіз сьогоднішнього стану підприємства свідчить про глибоке кризове становище організації.

Інноваційний шлях розвитку - це єдиний шлях зростання. Тільки інновації можуть сприяти економічному зростанню. Таким чином, взявши за пріоритетне інноваційний шлях розвитку, підприємство забезпечить собі випуск конкурентоспроможної продукції, а разом із цим високі прибутки.

Управління інноваційною діяльністю на основі стратегічного підходу вимагає від підприємства вибору не лише найбільш оптимальної інноваційної стратегії, здатної забезпечити йому підвищення конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі, але і ефективних напрямів її реалізації.

В процесі впровадження інноваційної стратегії ТОВ «ЦЕМЕНТ» було обґрунтовано доцільність впровадження інноваційного проекту – нового виду продукції – безклінкерний цемент.

В роботі були визначені загальні напрямки інноваційного розвитку ТОВ «ЦЕМЕНТ», з метою покращення фінансового стану підприємства запропоновано введення нового виду цементу на основі альтернативної сировини, детально розглянуті сучасні рекомендовані технології виробництва; також надані порівняльні характеристики споживчих та екологічних властивостей цементу, що виробляється на підприємстві зараз та цементу, що пропонується до виготовлення. Доведена доцільність виробництва цементу на основі нового виду сировини.

Окрім цього була розрахована собівартість модифікованого цементу – безклінкерного, і на цій підставі виведений ймовірний прибуток підприємства після нововведення: плановий прибуток підприємства становить 37 760 тис грн. у порівнянні зі збитком у розмірі -4 463 за звітній період при інших рівних умовах. А якщо ж підприємство у майбутньому плануватиме збільшити обсяг виробництва, величина прибутку також відповідно зросте.

За допомогою порівняльних таблиць наочно була доведена ефективність впровадження безклінкерного цементу.