

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки

Факультет менеджменту

Кафедра менеджменту

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра

студента Козачука Олександра Васильовича

академічної групи 073-173-1

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Обґрунтування управлінських рішень у сфері просування продукції підприємства (за матеріалами АТ «ХАРТРОН»)

Керівник кваліфікаційної роботи	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
	Варяниченко О.В.			

Рецензент				
-----------	--	--	--	--

Нормоконтролер	Варяниченко О.В.			
----------------	------------------	--	--	--

Дніпро
2021

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри менеджменту

_____ Швець В.Я.

(підпис)

« 30 » квітня 2021 року

**ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня бакалавра**

студенту Козачуку О.В. академічної групи 073-17з-1

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Обґрунтування управлінських рішень у сфері просування продукції підприємства (за матеріалами АТ «ХАРТРОН»)

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 12 травня 2021 р. № 253-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретичний	Теоретичні основи управління просуванням продукції підприємства	01.05.2021 р. – 13.05.2021 р.
Аналітичний	Аналіз виробничо-господарської діяльності АТ «ХАРТРОН»	14.05.2021 р. – 31.05.2021 р.
Рекомендаційний	Обґрунтування управлінських рішень у сфері просування продукції підприємства АТ «ХАРТРОН»	01.06.2021 р. – 13.06.2021 р.

Завдання видано

Варяниченко О.В.

(підпис керівника)

Дата видачі « 30 » квітня 2021 року

Дата подання до екзаменаційної комісії « 16 » червня 2021 року

Прийнято до виконання

Козачук О.В.

(підпис студента)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи бакалавра
студента групи 073-17з-1
НТУ «Дніпровська політехніка»
Козачука Олександра Васильовича

на тему: Обґрунтування управлінських рішень у сфері просування продукції підприємства (за матеріалами АТ «ХАРТРОН»)

ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІ СИСТЕМИ ОСВІТЛЕННЯ, ІНДУСТРІЯ 4.0, МЕХАНІЗМ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ, ПРОСУВАННЯ, УПРАВЛІНСЬКЕ РІШЕННЯ

Структура роботи: 70 сторінок комп'ютерного тексту; 42 рисунки; 22 таблиці; 28 джерел посилання.

Об'єкт розроблення – управління просуванням продукції підприємства.

Мета роботи – теоретичне обґрунтування та розробка рішень щодо управління просуванням продукції підприємства.

Основні результати кваліфікаційної роботи бакалавра полягають у такому: розглянуто теоретичні основи управління просуванням продукції підприємства; проаналізовано виробничо-господарську діяльність АТ «ХАРТРОН»; обґрунтовано управлінські рішення у сфері просування продукції підприємства АТ «ХАРТРОН»; визначено економічну ефективність запропонованих рекомендацій для АТ «ХАРТРОН».

Методи дослідження – аналізу і синтезу, економічного аналізу, статистичного аналізу, порівняння, узагальнення.

Результати кваліфікаційної роботи бакалавра рекомендовано для використання підприємствами-виробниками, які спеціалізуються на виготовленні енергоефективного освітлення при плануванні заходів з просування продукції.

Сфера застосування – формування стратегії просування продукції.

Економічна ефективність запропонованих заходів – зростання чистого доходу на 18%, збільшення чистого прибутку на 392 тис. грн, або на 4,6%, збільшення рентабельності підприємства на 4,6%.

Значимість роботи – застосування запропонованих рекомендацій у сфері просування продукції підприємства дозволяє збільшити чистий дохід й чистий прибуток підприємства та підвищити рівень інноваційності підприємства.

ABSTRACT

of qualification paper for the Bachelor's degree
by the student of the academic group 073-173-1
Dnipro University of Technology
Kozachuk Alexander

Subject: Substantiation of managerial decisions in the field of product promotion of the enterprise (based on the materials of JSC «HARTRON»)

ENERGY EFFICIENT LIGHTING SYSTEMS, INDUSTRY 4.0, PRODUCT PROMOTION MECHANISM, PROMOTION, MANAGEMENT SOLUTION

Structure: 73 printed pages; 42 figures; 22 tables; 28 references.

Object of development – management of product promotion.

The aim of the paper – theoretical substantiation and development of decisions on management of promotion of production of the enterprise.

The main findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are as follows: the theoretical bases of management of advancement of production of the enterprise are considered; the production and economic activity of JSC «HARTRON» analyzed; management decisions in the field of product promotion of JSC «HARTRON» are substantiated; the economic efficiency of the proposed recommendations for JSC «HARTRON» is determined.

Research methods – analysis and synthesis, economic analysis, statistical analysis, comparison, generalization.

The findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are recommended for use by manufacturers specializing in the manufacture of energy efficient lighting when planning product promotion activities.

Application – formation of product promotion strategy.

Financial viability of the proposed measures – increase in net income by 18%, increase in net profit by 392 thousand UAH, or 4.6%, increase the profitability of the enterprise by 4.6%.

The value of the research – application of the proposed recommendations in the field of promotion of the enterprise allows to increase the net income and net profit of the enterprise and increase the level of innovation of the enterprise.

ЗМІСТ

	С.
Вступ.....	4
1 Теоретичні основи управління просуванням продукції підприємства	7
1.1 Підходи до управління просуванням продукції підприємства.....	7
1.2 Просування товарів промислових підприємств за допомогою інструментарію цифрового маркетингу	13
2 Аналіз виробничо-господарської діяльності АТ «ХАРТРОН»	19
2.1 Характеристика АТ «ХАРТРОН» та системи управління на підприємстві	19
2.2 Аналіз господарської діяльності та фінансово-економічного стану підприємства	25
2.3 Характеристика експортної діяльності підприємства.....	48
3 Обґрунтування управлінських рішень у сфері просування продукції підприємства АТ «ХАРТРОН».....	56
3.1 Рекомендації щодо розширення асортименту товарів	56
3.2 Рекомендації щодо удосконалення просування продукції	58
3.3 Ефективність запропонованих рекомендацій	63
Висновки.....	66
Перелік джерел посилання.....	70
Додаток А Тези доповіді.....	74