

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

Навчально-науковий інститут економіки

Факультет менеджменту

Кафедра менеджменту

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра

студентки Шульдякової Маргарити Сергіївни
академічної групи 073-16-3
спеціальності 073 Менеджмент
на тему Формування маркетингової політики виробничого підприємства
(за матеріалами ТОВ «Гайсинський молокозавод»)

Керівник кваліфікаційної роботи	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
	Іванова М.І.			

Рецензент				
-----------	--	--	--	--

Нормоконтролер	Іванова М.І.			
----------------	--------------	--	--	--

Дніпро
2020

ЗАТВЕРДЖЕНО:
завідувач кафедри менеджменту

_____ Швець В.Я.
(підпис)
« 04 » травня 2020 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня бакалавра

студентці Шульдяковій М.С. академічної групи 073-16-3
спеціальності 073 Менеджмент
на тему Формування маркетингової політики виробничого підприємства
(за матеріалами ТОВ «Гайсинський молокозавод»)
затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка»
від 20 травня 2020 р. № 268-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретичний	Теоретичні засади формування маркетингової політики виробничого підприємства	04.05.2020 р. – 14.05.2020 р.
Дослідницько-аналітичний	Аналіз фінансово-господарської та маркетингової політики ТОВ «Гайсинський молокозавод»	15.05.2020 р. – 01.06.2020 р.
Рекомендаційний	Формування маркетингової політики ТОВ «Гайсинський молокозавод»	02.06.2020 р. – 11.06.2020 р.

Завдання видано _____ Іванова М.І.
(підпис керівника)

Дата видачі « 04 » травня 2020 року

Дата подання до екзаменаційної комісії « 15 » червня 2020 року

Прийнято до виконання _____ Шульдякова М.С.
(підпис студента)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи бакалавра
студента групи 073-16-3 спеціальності 073 Менеджмент
НТУ «Дніпровська політехніка»
Шульдякової Маргарити Сергіївни

на тему: Формування маркетингової політики виробничого підприємства
(за матеріалами ТОВ «Гайсинський молокозавод»)

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПРОЕКТ, ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ, КАНАЛ РОЗПОДІЛУ, МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА.

Структура роботи: 77 сторінок комп'ютерного тексту; 13 рисунків; 25 таблиць; 39 джерел посилання.

Об'єкт розроблення – процес формування маркетингової політики виробничого підприємства.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у теоретичному обґрунтуванні та розробці практичних рекомендацій щодо формування маркетингової політики виробничого підприємства.

Основні результати кваліфікаційної роботи бакалавра полягають у такому: визначено сучасні підходи до формування маркетингової політики; досліджено особливості використання інформаційних технологій внутрішнього застосування в управлінні маркетинговою діяльністю; узагальнено підходи до застосування зовнішніх інформаційних технологій при формуванні маркетингової політики; проаналізовано сучасний стан молокопереробної галузі України; надано загальну характеристику господарської діяльності ТОВ «Гайсинський молокозавод»; проаналізовано фінансово-економічний стан ТОВ «Гайсинський молокозавод»; оцінено маркетингову діяльність підприємства; вибрано новий канал розподілу на підприємстві; оцінено ефективність організації торгового дому в рамках формування маркетингової політики.

Методи дослідження: для вирішення питань формування маркетингової політики виробничого підприємства були використані сучасні методи дослідження – абстрактно-логічний, порівняльний, коефіцієнтний, вертикальний (структурний) і горизонтальний (часовий) фінансовий аналіз.

Результати кваліфікаційної роботи бакалавра рекомендовано для використання на підприємствах, що спеціалізуються на виробництві сирів і молочних продуктів.

Сфера застосування – при здійсненні торгівельної діяльності, при формуванні маркетингової політики та встановленні довжини каналу збуту.

Економічна чи соціально-економічна ефективність – при вартості власного капіталу 21%, розміру власних коштів 5500 тис. грн., розмір NPV складає 52032 тис. грн., що свідчить про високу ефективність запропонованих заходів. IRR дорівнює 26,39% і перевищує вартість власного капіталу на 4,39%. Дисконтований термін окупності складає 5 років 6 місяців з початку роботи торгового дому. Це менше тривалості проекту, тому цей захід може бути прийнятий до реалізації

Значимість роботи – організація роботи торгового дому в рамках формування маркетингової політики.

ABSTRACT

Qualification thesis for bachelor degree
students of the group 073-16-1
Dnipro University of Technology
Shul'diakova Marharyta Serhiivna

on the topic: Formation of marketing policy of production enterprise (based on the materials of LLC "Haisyn Milk Plant")

KEYWORDS: INVESTMENT PROJECT, INFORMATION TECHNOLOGIES, DISTRIBUTION CHANNEL, MARKETING, MARKETING POLICY.

Structure of the work: 77 pages of computer text; 13 drawings; 25 tables; 39 link sources.

The object of development is the process of forming the marketing policy of a manufacturing enterprise.

The purpose of the qualification work is to theoretically substantiate and develop practical recommendations for the formation of marketing policy of the production enterprise.

The main results of the bachelor's qualification work are as follows: modern approaches to the formation of marketing policy are identified; features of use of information technologies of internal application in management of marketing activity are investigated; generalized approaches to the use of external information technologies in the formation of marketing policy; the current state of the milk processing industry of Ukraine is analyzed; the general characteristic of economic activity of LLC Gaisinsky dairy plant is given; the financial and economic condition of Gaisinsky Dairy LLC was analyzed; the marketing activity of the enterprise is estimated; a new distribution channel at the enterprise is selected; the efficiency of the organization of the trading house within the limits of formation of marketing policy is estimated.

Research methods: to address the formation of marketing policy of the production enterprise were used modern research methods - abstract-logical, comparative, coefficient, vertical (structural) and horizontal (time) financial analysis.

The results of the bachelor's qualification work are recommended for use in enterprises specializing in the production of cheese and dairy products.

Scope - in the implementation of trade activities, in the formation of marketing policy and the establishment of the length of the sales channel.

Economic or socio-economic efficiency - at the cost of equity 21%, the amount of own funds 5500 thousand UAH, the size of NPV is 52032 thousand UAH, which indicates the high efficiency of the proposed measures. The IRR is 26.39% and exceeds the cost of equity by 4.39%. The discounted payback period is 5 years 6 months from the start of operation of the trading house. This is less than the duration of the project, so this measure can be taken for implementation

Significance of work - the organization of the trading house in the formation of marketing policy.

ЗМІСТ

Вступ	4
1 Теоретичні засади формування маркетингової політики виробничого підприємства	7
1.1 Сучасні підходи до формування маркетингової політики	7
1.2 Особливості використання інформаційних технологій внутрішнього застосування в управлінні маркетинговою діяльністю	16
1.3 Застосування зовнішніх інформаційних технологій при формуванні маркетингової політики	19
2 Аналіз фінансово-господарської та маркетингової політики ТОВ «Гайсинський молокозавод»	24
2.1 Аналіз сучасного стану молокопереробної галузі України	24
2.2 Загальна характеристика господарської діяльності ТОВ «Гайсинський молокозавод»	31
2.3 Аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «Гайсинський молокозавод»	37
2.4 Аналіз маркетингової діяльності ТОВ «Гайсинський молокозавод»	49
3 Формування маркетингової політики ТОВ «Гайсинський молокозавод»	57
3.1 Вибір нового каналу розподілу на підприємстві	57
3.2 Оцінка ефективності організації торгового дому в рамках формування маркетингової політики	61
Висновки	70
Перелік джерел посилання	74