

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(ки) Родіної Юлії Володимирівни

академічної групи 073-18-2

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Обґрунтування ефективності маркетингових рішень в сфері управління конкурентоспроможністю підприємства (за матеріалами ПрАТ «ДМК «ТАВРІЯ»)

Керівник кваліфікаційної роботи	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		Рейтинговою	інституційною	
	Баранець Г.В.	86	добре	

Рецензент				
-----------	--	--	--	--

Нормоконтролер	Черняк В.І.			
----------------	-------------	--	--	--

Дніпро
2022

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри менеджменту

Швець В.Я.

(підпис)

«02» травня 2022 року

**ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня бакалавра**

студенту(ці) Родіній Ю.В. академічної групи 073-18-2

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Обґрунтування ефективності маркетингових рішень в сфері управління конкурентоспроможністю підприємства (за матеріалами ПрАТ «ДМК «ТАВРІЯ»)

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 25 травня 2022р. №284-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретичний	Теоретичні засади управління конкурентоспроможністю підприємства	02.05.2022 р. – 12.05.2022 р.
Аналітичний	Аналіз конкурентоспроможності та ефективності діяльності ПрАТ «ДМК «Таврія»	13.05.2022 р. – 29.05.2022 р.
Рекомендаційний	Маркетингові рішення щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства	30.05.2022 р.– 09.06.2022 р.

Завдання видано

_____ (підпис керівника)

Баранець Г.В.

(прізвище, ініціали)

Дата видачі «02» травня 2022 року

Дата подання до екзаменаційної комісії «13» червня 2022 року

Прийнято до виконання

_____ (підпис студента)

Родіна Ю.В.

(прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи бакалавра
студентки групи 073-18-2 НТУ «Дніпровська політехніка»

Родіної Юлії Володимирівни

на тему: Обґрунтування ефективності маркетингових рішень в сфері управління конкурентоспроможністю підприємства (за матеріалами ПрАТ «ДМК «ТАВРІЯ»)

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, МАРКЕТИНГ, КОНЬЯЧНА ПРОДУКЦІЯ, ВИНОРобНА ГАЛУЗЬ, РЕОРГАНІЗАЦІЯ, СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ, ЕФЕКТИВНІСТЬ.

Структура роботи: 70 сторінок комп'ютерного тексту; 13 рисунків; 18 таблиць; 1 додаток; 39 джерел посилання.

Об'єкт дослідження – процес управління конкурентоспроможністю підприємства.

Мета кваліфікаційної роботи – обґрунтування теоретичних і методичних основ управління конкурентоспроможністю підприємства і розробка заходів щодо її підвищення на основі впровадження маркетингових рішень.

Основні результати кваліфікаційної роботи бакалавра полягають у такому: досліджено теоретичні засади управління конкурентоспроможністю підприємства; визначено складові забезпечення конкурентоспроможності; проаналізовано господарську діяльність ПрАТ «ДМК «Таврія»; здійснено аналіз конкурентних сил на ринку коньячних виробів в Україні; використано інструменти стратегічного аналізу для оцінки конкурентних переваг підприємства; розроблено заходи щодо підвищення ефективності управління конкурентоспроможністю підприємства за рахунок впровадження системи маркетингових рішень.

Методи дослідження – загальнонаукові методи: узагальнення та систематизації, аналізу та синтезу, а також конкретнонаукові: розрахунково-аналітичний, економіко-статистичний методи, економіко-математичні розрахунки, коефіцієнтний, табличний, графічний методи тощо.

Результати кваліфікаційної роботи бакалавра рекомендовано для використання підприємствами виноробної галузі.

Сфера застосування – господарська діяльність підприємства.

Економічна ефективність запропонованих заходів визначається перевищенням чистих вигід над сумою витрат коштів на 2775,9 тис. грн за найбільш ймовірнішим сценарієм реалізації заходів зі стимулювання збуту, впровадження його нових форм на основі залучення сторонніх фахівців.

Значимість роботи полягає в можливості впровадження запропонованих рекомендацій щодо реорганізації служби маркетингу з метою активізації просування продукції виноробного підприємства на внутрішньому ринку.

ABSTRACT

of qualification paper for the Bachelor's degree
by the student of the academic group 073-18-2
Dnipro University of Technology
Rodina Yuliia

Title: Substantiation of the effectiveness of marketing decisions in the field of enterprise competitiveness management (based on the materials of Private JSC "House of vintage cognacs "TAVRIA")

COMPETITIVENESS, MARKETING, BRANDY PRODUCTS, WINE INDUSTRY, REORGANIZATION, SALES PROMOTION, EFFICIENCY.

Structure: 70 printed pages; 13 figures; 18 tables; 39 references.

Object of development – the process of managing the competitiveness of the enterprise.

The aim of the paper – substantiation of theoretical and methodical bases of management of competitiveness of the enterprise and development of measures for its increase on the basis of introduction of marketing decisions.

The main findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are as follows: the theoretical principles of enterprise competitiveness management are studied; components of competitiveness are identified; the economic activity of Private JSC "House of vintage cognacs "TAVRIA" is analyzed; the analysis of competitive forces in the market of cognac products in Ukraine is carried out; the tools of strategic analysis were used to assess the competitive advantages of the enterprise; measures to increase the efficiency of enterprise competitiveness management through the introduction of a system of marketing decisions have been developed.

Research methods – general scientific methods: generalization and systematization, analysis and synthesis, as well as specific scientific: computational-analytical, economic-statistical methods, economic-mathematical calculations, coefficient, tabular, graphical methods, etc..

The findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are recommended for enterprises of the wine industry.

Application – economic activity of the enterprise.

Financial viability of the proposed measures is determined by the excess of net benefits over the amount of expenditures by 2775.9 thousand UAH in the most likely scenario of sales promotion measures, the introduction of new forms based on the involvement of external experts.

The value of the research lies in the possibility of implementing the proposed recommendations for the reorganization of the marketing service in order to intensify the promotion of wine products in the domestic market.

ЗМІСТ

	Стор.
Вступ	4
1. Теоретичні засади управління конкурентоспроможністю підприємства	6
1.1 Сутність управління конкурентоспроможністю підприємства	6
1.2 Підсистеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства	13
2. Аналіз конкурентоспроможності та ефективності діяльності ПрАТ «ДМК «Таврія»	20
2.1 Загальна характеристика підприємства	20
2.2 Аналіз конкурентних сил на ринку коньячних виробів в Україні	25
2.3 Оцінка техніко-економічних показників діяльності підприємства	34
2.4 Використання інструментів стратегічного аналізу для оцінки конкурентних переваг підприємства	42
2.5 Оцінка впливу чинників ризику на конкурентоспроможність підприємства	48
3. Маркетингові рішення щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства	55
3.1 Планування заходів щодо реорганізації відділу маркетингу та стимулювання збуту	55
3.2 Обґрунтування ефективності запланованих заходів	60
Висновки	67
Перелік джерел посилання	71
Додаток А. Фінансова звітність ПрАТ «ДМК «ТАВРІЯ» за 2020 рр.	76