

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 Луцюка Артема Ігоровича

академічної групи 073-19з-1

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Обґрунтування ефективності рішень у сфері управління комплексом маркетингу (за матеріалами ТОВ «Бекстейдж Про»)

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

Дніпро
2023

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри менеджменту

_____ Швець В.Я.

(підпис)

«24» квітня 2023 року

**ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня бакалавра**

студенту Луцюку А.І. академічної групи 073-19з-1

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Обґрунтування ефективності рішень у сфері управління комплексом маркетингу (за матеріалами ТОВ «Бекстейдж Про»)

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 02 травня 2023 р. № 315-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретичний	Теоретичні основи управління комплексом маркетингу підприємства	24.04.2023 р. – 09.05.2023 р.
Аналітичний	Аналіз діяльності «Бекстейдж Про»	10.05.2023 р. – 29.05.2023 р.
Рекомендаційний	Обґрунтування ефективності рішень у сфері управління комплексом маркетингу «Бекстейдж Про»	30.05.2023 р. – 15.06.2023 р.

Завдання видано

_____ Варяниченко О.В.

(підпис керівника)

Дата видачі «24» квітня 2023 року

Дата подання до екзаменаційної комісії «19» червня 2023 року

Прийнято до виконання

_____ Луцюк А.І.

(підпис студента)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи бакалавра
студента групи 073-19з-1
НТУ «Дніпровська політехніка»
Луцюка Артема Ігоровича

на тему: Обґрунтування ефективності рішень у сфері управління комплексом маркетингу (за матеріалами ТОВ «Бекстейдж Про»)

ДОГОВІР ПОСТАЧАННЯ, ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ, КОМПЛЕКС «8Р», МАРКЕТИНГ-МИКС, УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Структура роботи: 67 сторінок комп'ютерного тексту; 24 рисунки; 11 таблиць; 44 джерела посилання.

Об'єкт розроблення – управління комплексом маркетингу підприємства.

Мета роботи – теоретичне обґрунтування та розробка рішень у сфері управління комплексом маркетингу підприємства.

Основні результати кваліфікаційної роботи бакалавра полягають у такому: розглянуто теоретичні основи управління комплексом маркетингу підприємства; проаналізовано діяльність ТОВ «Бекстейдж Про»; обґрунтовано рішення щодо управління комплексом маркетингу підприємства ТОВ «Бекстейдж Про» та оцінено економічну ефективність запропонованих рекомендацій.

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

Результати кваліфікаційної роботи бакалавра рекомендовано для використання підприємствами-виробниками товарів народного споживання.

Сфера застосування – управління комплексом маркетингу підприємства.

Економічна ефективність запропонованих заходів – збільшення чистого прибутку підприємства на 2568,8 тис. грн або на 15,67% до 18963,8 тис. грн.

Значимість роботи – запропоновано актуальний набір елементів маркетинг-миксу відповідно концепції «8Р»: розробка нової колекції значків, шильд та брелоків в патріотичній тематиці «Українськи захисники від стародавніх віків до сучасності»; гнучкого прайсу; укладання договору постачання товару з мережею мультимаркетів низьких цін Аврора; зовнішня реклама та випуск інтерактивного електронного каталогу із системою замовлень; укладання договору з ТОВ «ГОЛДЕН СТАФФ» на проведення навчання співробітників ТОВ «Бекстейдж Про»; впровадження безкоштовної доставки товарів до точок реалізації (магазинів) в межах міста Київ власним транспортом підприємства; перебудова офісу ТОВ «Бекстейдж Про» під концепцію «відкритого офісу».

ABSTRACT

of qualification paper for the Bachelor's degree
by the student of the academic group 073-193-1
Dnipro University of Technology
Lutsyuk Artem

Title: Substantiation of the efficiency of decisions in the field of management of the marketing complex (based on the materials of LLC "Backstage Pro")

SUPPLY CONTRACT, OUTDOOR ADVERTISING, MARKETING COMPLEX, "8P" COMPLEX, MARKETING MIX, MARKETING ACTIVITY MANAGEMENT

Thesis's structure: 67 printed pages; 24 figures; 11 tables; 44 references.

Object of development – management of the enterprise's marketing complex.

The aim of the paper – theoretical justification and development of solutions in the field of management of the enterprise's marketing complex.

The main findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are as follows: the theoretical foundations of management of the enterprise's marketing complex are considered; the activity of LLC "Backstage Pro" was analyzed; the decision regarding the management of the marketing complex of LLC "Backstage Pro" was substantiated and the economic efficiency of the proposed recommendations was evaluated.

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 enterprises producing consumer goods.

Application – management of the enterprise's marketing complex.

Financial viability of the proposed measures – an increase in the net profit of the enterprise by UAH 2,568.8 thousand or by 15.67% to UAH 18,963.8 thousand.

The value of the research – an up-to-date set of elements of the marketing mix is proposed in accordance with the "8P" concept: the development of a new collection of badges, shields and keychains in the patriotic theme "Ukrainian defenders from ancient times to the present"; flexible price; conclusion of a contract for the supply of goods with the Aurora chain of low-price multimarkets; external advertising and the release of an interactive electronic catalog with an order system; conclusion of a contract for the training of employees; introduction of free delivery of goods to sales points (stores) within the city of Kyiv by the company's own transport; reconstruction of the office under the "open office" concept.

ЗМІСТ

	С.
Вступ.....	4
1 Теоретичні основи управління комплексом маркетингу підприємства ...	8
1.1 Еволюція комплексу маркетингу	8
1.2 Маркетингове управління на підприємстві	13
2 Аналіз діяльності ТОВ «Бекстейдж Про»	23
2.1 Загальна характеристика ТОВ «Бекстейдж Про» та продукції.....	23
2.2 Аналіз фінансових показників діяльності ТОВ «Бекстейдж Про».....	27
2.3 Аналіз прибутковості та рентабельності ТОВ «Бекстейдж Про».....	41
3 Обґрунтування ефективності рішень у сфері управління комплексом маркетингу ТОВ «Бекстейдж Про»	48
3.1 Сприйняття рекламного креативу під час війни	48
3.2 Рекомендації з формування набору елементів маркетинг-миксу для ТОВ «Бекстейдж Про».....	50
3.3 Ефективність запропонованих рекомендацій.....	59
Висновки.....	62
Перелік джерел посилання.....	68
Додаток Тези доповіді.....	74