

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 Николаєнко Поліни Андріївни

академічної групи 073-20-6

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Обґрунтування управлінських рішень у сфері формування ринкової політики (за матеріалами ТОВ «Кормотех»)

Керівник Кваліфікаційної роботи	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
	Швець В.Я.			

Рецензент				
-----------	--	--	--	--

Нормоконтролер	Швець В.Я.			
----------------	------------	--	--	--

Дніпро

2024

**ЗАТВЕРДЖЕНО:**

завідувач кафедри менеджменту

Швець В.Я.

(підпис)

« 20 » травня 2024 року

**ЗАВДАННЯ**  
**на кваліфікаційну роботу**  
**ступеня бакалавра**

студентці Николаєнко П.А. академічної групи 073-20-6

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Обґрунтування управлінських рішень у сфері формування ринкової політики (за матеріалами ТОВ «Кормотех»)

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 27 травня 2024 р. № 474-с

<b>Розділ</b>	<b>Зміст</b>	<b>Термін виконання</b>
Теоретичний	Теоретичні основи просування продукції в ринкових умовах	20.05.2024 р. – 28.05.2024 р.
Аналітичний	Аналіз діяльності ТОВ «Кормотех» в конкурентних умовах	29.05.2024 р. – 10.06.2024 р.
Рекомендаційний	Впровадження інноваційних технологій у сфері просування продукції ТОВ «Кормотех»	11.06.2024 р.– 20.06.2024 р.

**Завдання видано**

Швець В.Я.  
(підпис керівника)

**Дата видачі** « 20 » травня 2024 року

**Дата подання до екзаменаційної комісії** « 21 » червня 2024 року

**Прийнято до виконання**

Николаєнко П.А.  
(підпис студента)

## РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи бакалавра  
студентки групи 073-20-6  
НТУ «Дніпровська політехніка»  
Николаєнко Поліни Андріївни

на тему: Обґрунтування управлінських рішень у сфері формування ринкової політики (за матеріалами ТОВ «Кормотех»)

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** РИНКОВА ПОЛІТИКА, ПОЛІТИКА ПРОСУВАННЯ, ЕЛЕМЕНТИ ПРОСУВАННЯ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, ПІДПРИЄМСТВО, ІННОВАЦІЯ

Структура роботи: 61 сторінка комп'ютерного тексту; 12 рисунків; 32 таблиці; 25 джерел посилання.

Об'єкт розроблення – процес управління ринковою політикою просування продукції на ринок

Мета роботи – теоретичне обґрунтування та розробка практичної рекомендації щодо ринкової політики просування продукції на ринок.

Основні результати кваліфікаційної роботи бакалавра полягають у такому: розглянуто основи формування ринкової політики просування продукції; охарактеризовано методи оцінки ефективності політики просування; досліджено важливість дистрибуції в просування продукції на ринок; продемонстровано загальну характеристику діяльності ТОВ «Кормотех»; проаналізовано конкурентоспроможність ТОВ «Кормотех» зважаючи на фактори внутрішнього і зовнішнього впливу; проаналізовано показники фінансово-господарського стану ТОВ «Кормотех»; сформовано необхідність впровадження інноваційного проекту у сфері просування продукції ТОВ «Кормотех»; розглянуто впровадження інвестиційно-інноваційного проекту мобільного застосунку для ТОВ «Кормотех» з метою просування продукції на ринку.

Методи дослідження – графічний (подання статистичних та аналітичних даних у наочному вигляді), порівняльний та метод аналізу, а саме: PEST- та TOWS-аналізи ;аналіз за моделлю п'яти конкурентних сил Портера; аналіз конкурентного середовища експертним методом; аналіз матриці БКГ; аналіз конкурентного середовища методом, що заснований на теорії ефективності.

Сфера застосування – при обґрунтуванні ефективності рішень при управлінні ринковою політикою просування продукції на ринок.

Економічна ефективність запропонованих заходів – Загальна сума NPV, при вартості власного капіталу 25%, розміру власних коштів 434983.грн. і наявних чистих грошових потоках, складає 1113 тис. грн., що свідчить про ефективність проекту. IRR дорівнює 37,22% і перевищує вартість власного капіталу на 12,22%. Дисконтований термін окупності складає 1 рік та 5 місяців від початку інноваційно-інвестиційного проекту.

Значимість роботи – теоретичне та практичне обґрунтування застосування інноваційного проекту мобільного застосунку ТОВ «Кормотех» задля підвищення ефективності просування продукції на ринку.

ABSTRACT  
of the bachelor's qualification work  
student of group 073-20-6  
NTU “Dnipro Polytechnic”  
Nykolaienko Polina

Title: Substantiation of managerial decisions in the field of market policy formation (based on the materials of “Kormotekh” LLC).

KEYWORDS: MARKET POLICY, PROMOTION POLICY, ELEMENTS OF PROMOTION, COMPETITIVENESS, ENTERPRISE, INNOVATION

Structure of the work: 61 pages of computer text; 12 figures; 32 tables; 25 references.

Object of development – the process of managing the market policy of product promotion.

The aim of the paper – theoretical substantiation and development of practical recommendations on the market policy of product promotion.

The main findings of the qualification paper for the Bachelor’s degree are as follows: the basics of forming a market policy of product promotion are considered; methods for evaluating the effectiveness of the promotion policy are described; the importance of distribution in the promotion of products to the market is investigated; the general characteristics of the activities of “Kormotekh” LLC are demonstrated; the competitiveness of “Kormotekh” LLC is analysed in terms of internal and external factors; the indicators of the financial and economic status of “Kormotekh” LLC are analysed; the necessity of implementing an innovative project in the field of promotion of products of “Kormotekh” LLC is formed; the implementation of an investment and innovation project of a mobile application for “Kormotekh” LLC in order to the promotion of products on the market is considered.

Research methods – graphical (presentation of statistical and analytical data in a visual form), comparative and analytical methods, namely: PEST and TOWS analyses; analysis based on Porter's five competitive forces model; analysis of the competitive environment by the expert method; analysis of the BCG matrix; analysis of the competitive environment by the method based on the efficiency theory.

Application area - in substantiating the effectiveness of decisions in managing the market policy of product promotion on the market.

Financial viability of the proposed measures – The total amount of NPV, with an equity value of 25%, the amount of own funds is 434983 thousand UAH and available net cash flows, is 1113 thousand UAH, which indicates the effectiveness of the project. The IRR is equal to 37.22% and exceeds the cost of equity by 12.22%. The discounted payback period is 1 years and 5 months from the start of the innovation investment project.

The significance of the work is the theoretical and practical justification for the use of the innovative project of the mobile application of “Kormotekh” LLC to increase the efficiency of product promotion in the market.

## ЗМІСТ

Вступ.....	4
1 Теоретичні основи просування продукції в ринкових умовах.....	7
1.1 Сутність та складові ринкової політики просування.....	7
1.2 Методи оцінки ефективності просування продукції підприємства..	11
1.3 Дистрибуція важливий фактор у просуванні продукції підприємства.....	13
2 Аналіз діяльності ТОВ «Кормотех» в конкурентних умовах .....	19
2.1 Загальна характеристика діяльності ТОВ «Кормотех».....	19
2.2 Аналіз внутрішнього середовища підприємства .....	25
2.3 Аналіз зовнішнього конкурентного середовища підприємства.....	33
2.4 Фінансово-економічний аналіз ТОВ «Кормотех».....	37
3 Впровадження інноваційних технологій у сфері просування продукції ТОВ «Кормотех».....	47
3.1 Обґрунтування необхідності використання інноваційної технології у сфері просування продукції.....	47
3.2 Впровадження інноваційного проєкту ТОВ «Кормотех».....	47
3.3 Оцінка ефективності впровадження інноваційного проєкту.....	55
Перелік джерел посилань.....	59

## ВСТУП

**Актуальність обраної теми** полягає в тому, що у сучасному світі глобальні зміни безпосередньо впливають на ринкове та економічне середовище в цілому. Насамперед, це підвищена конкуренція, глобалізація, динамічний розвиток інноваційно-технічного прогресу тощо. Підприємства повинні швидко вміти адаптуватися до них задля уникнення різних негативних ситуацій, а для цього доречно наявність ефективної ринкової політики просування товарів та послуг. Оскільки саме вона здатна охопити всі аспекти взаємодії підприємства з ринком, від його аналізу та визначення цільових сегментів до комунікацій зі споживачами та побудови бренду.

Впровадження ринкової політики просування продукції підприємством є складним та багатограним процесом, який потребує ефективного використання різноманітних інструментів. Кожен вид продукції чи послуги має індивідуальну стратегію на ринку, в залежності від мети та цілей, які прагне компанія досягти за їх рахунок, до життєвого циклу товару.

На сьогоднішній день існує багато наукових зібрань, де досліджується розвиток і сформовані базові теоретичні засади та практичні рекомендації для просування продукції. Насамперед, це роботи Ф. Котлера, К.Л. Келлера, Д. Аакера, Дж.К. Левінсона, Г. Чередніченко, С. Костюка, В. Воронкова та інші.

Продукція та її споживачі є основними джерелами доходу для будь-якого підприємства. Тому уся діяльність будується на тому, щоб реалізувати товар, доставити його до потенційних споживачів та отримати прибуток з продажу. Від того наскільки ефективно спрацює політика просування залежить успіх підприємства на ринку, оскільки вона допомагає не тільки залучити нових покупців, а й утримувати існуючих, при цьому збільшуючи продажі та зміцнюючи бренд. Вона також сприяє підвищенню конкурентоспроможності, допомагаючи виділитись з поміж інших та підвищує лояльність у споживачів.

Споживачі мають тенденцію вибирати продукти, які легко доступні та придатні до використання у потрібний момент, важливо мати добре організовані канали збуту та ефективні ланцюги постачання. Оскільки без цього будь-які дії з просування продукції будуть марними, доступність відіграє вирішальну роль.

**Мета кваліфікаційної роботи** – теоретичне обґрунтування та розробка практичної рекомендації щодо ринкової політики просування продукції на ринок.

Для досягнення поставленої мети, у кваліфікаційній роботі було здійснено наступні задачі:

- розглянуто компоненти, етапи ринкової політики просування продукції та життєвий цикл товарів;
- досліджено методи оцінки ефективності політики просування;
- розглянуто дистрибуцію як важливий фактор просування продукції;
- представлена загальна характеристика діяльності ТОВ «Кормотех»;
- оцінено внутрішні і зовнішні фактори конкурентоспроможності ТОВ «Кормотех»;
- проаналізовано показники фінансово-господарського стану ТОВ «Кормотех»;
- розроблено сучасний інноваційний проєкт впровадження мобільного застосунку для ТОВ «Кормотех» задля покращенню ринкової політики просування товарів на ринку;
- розглянуто можливість впровадження інноваційного проєкту мобільного застосунку для ТОВ «Кормотех»;
- оцінено ефективність впровадження інноваційного проєкту мобільного застосунку для ТОВ «Кормотех».

**Об’єкт розроблення** – процес управління ринковою політикою просування продукції на ринок.

**Предмет розроблення** – теоретичні, методологічні та організаційно-економічні підходи до розробки практичної рекомендації ТОВ «Кормотех»

щодо ринкової політики просування продукції на ринок.

**Практична значущість** полягає у рекомендації покращення ринкової політики просування, шляхом впровадження інноваційно проекту створення мобільного застосунку. Загальна сума NPV, при вартості власного капіталу 25%, розміру власних коштів 434983 грн. і наявних чистих грошових потоків, складає 1113 тис. грн., що свідчить про ефективність проекту. IRR дорівнює 37,22%.і перевищує вартість власного капіталу на 12,22 %. Дисконтований термін окупності складає 1 рік та 5 місяців від початку інноваційно проекту.

Окремі положення кваліфікаційної роботи висвітлені в авторських тезах матеріалів 79-ї студентської науково-технічної конференції «Тиждень студентської науки»: «Обґрунтування управлінських рішень в сфері просування продукції» [16].