

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 Гречки Марії Олександрівни

академічної групи 073-20-4

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Обґрунтування ефективності рішень щодо впровадження комплексу маркетингу на підприємстві (за матеріалами ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ»)

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

Дніпро
2024

ЗАТВЕРДЖЕНО:
завідувач кафедри менеджменту

_____ Швець В.Я.
(підпис)
« 20 » травня 2024 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня бакалавра

студентці Гречкі М.О. академічної групи 073-20-4
спеціальності 073 Менеджмент

на тему Обґрунтування ефективності рішень щодо впровадження комплексу маркетингу на підприємстві (за матеріалами ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ»)

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

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретичний	Теоретичні основи організації комплексу маркетингу підприємства	20.05.2024 р. – 28.05.2024 р.
Аналітичний	Оцінка особливостей функціонування ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ»	29.05.2024 р. – 10.06.2024 р.
Рекомендаційний	Застосування комплексу маркетингу у ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ»	11.06.2024 р.– 20.06.2024 р.

Завдання видано _____ Амоша О.І.
(підпис керівника)

Дата видачі « 20 » травня 2024 року

Дата подання до екзаменаційної комісії « 21 » червня 2024 року

Прийнято до виконання _____ Гречка М.О.
(підпис студента)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи бакалавра
студентки групи 073-20-4
Гречки Марії Олександрівни
НТУ «Дніпровська політехніка»

Обґрунтування ефективності рішень щодо впровадження комплексу маркетингу на підприємстві (за матеріалами ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ»)
МАРКЕТИНГ, ЗБУТ, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ, ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ, PR, ЕФЕКТ, ЕФЕКТИВНІСТЬ

Структура роботи: 76 сторінок комп'ютерного тексту; 15 рисунків; 33 таблиці; 34 джерела посилання.

Об'єкт розроблення – процес обґрунтування ефективності рішень щодо впровадження комплексу маркетингу на підприємстві.

Мета роботи – теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо впровадження комплексу маркетингу на підприємстві.

Основні результати кваліфікаційної роботи бакалавра полягають у такому: проаналізовано сутність, значення та особливості концепції маркетингу; досліджено місце комплексу маркетингу у системі маркетингу; з'ясовано місце і роль штучного інтелекту в комплексі маркетингу; наведено загальну характеристику діяльності ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ»; проаналізовано фактори внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства; проаналізовано економічні показники діяльності ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ»; оцінено фінансові показники діяльності ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ»; обґрунтовано перспективні напрями розвитку підприємства; оцінено ефективність комплексу маркетингу для ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ».

Методи дослідження – аналіз і синтез, загальнонаукові методи, методи систематизації, порівнянь, спостереження, абстрактно-логічний метод для узагальнення результатів дослідження і формулювання висновків.

Результати кваліфікаційної роботи бакалавра рекомендовано для використання на підприємствах, які займаються виробництвом та реалізацією полімерних матеріалів.

Сфера застосування – при обґрунтуванні рішень у сфері впровадження комплексу маркетингу на підприємстві.

Практична значущість одержаних результатів полягає у просуванні біопластиків промислового призначення за допомогою PR-акції як складової комплексу маркетингу. Загальні витрати дорівнюють 1837,8 тис. грн. При цьому обсяги реалізації ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ» будуть збільшені на 1,5%. Ефект, що отримає підприємство дорівнює 140088,2 тис. грн., а ефективність – 77,23 грн. / грн. Тобто кожна грн., що вкладена у комплекс маркетингу принесе 77,23 грн. додаткової виручки від реалізації.

ABSTRACT

of qualification paper for the Bachelor's degree
by the student of the academic group 073-20-4
Dnipro University of Technology
Hrechka Mariia Oleksandrivna

Title: Substantiation of the effectiveness of decisions regarding the implementation of the marketing complex at an enterprise (based on the materials of "ALPHA PLAST" LLC)

KEYWORDS: MARKETING, SALES, MARKETING COMPLEX, ARTIFICIAL INTELLIGENCE, PR, EFFECT, EFFICIENCY

Structure: 76 printed pages; 15 figures; 33 tables; 34 references.

Object of development is the process of substantiating the effectiveness of decisions regarding the implementation of the marketing complex at the enterprise.

The aim of the paper – is theoretical substantiation and development of practical recommendations regarding the implementation of the marketing complex at the enterprise.

The main findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are as follows: the essence, meaning and features of the marketing concept were analyzed; the place of the marketing complex in the marketing system was investigated; the place and role of artificial intelligence in the marketing complex is clarified; a general description of the activity of "ALPHA PLAST" LLC is given; factors of the internal and external environment of the enterprise were analyzed; the economic indicators of the activity of "ALPHA PLAST" LLC were analyzed; the financial performance indicators of "ALPHA PLAST" LLC were assessed; perspective directions of the enterprise's development are substantiated; the effectiveness of the marketing complex for "ALPHA PLAST" LLC was evaluated.

Research methods – analysis and synthesis, general scientific methods, methods of systematization, comparisons, observations, abstract-logical method for summarizing research results and formulating conclusions.

The findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are recommended for use at enterprises engaged in the production and sale of polymer materials.

The scope of application is when justifying decisions in the field of implementation of the marketing complex at the enterprise.

The practical significance of the obtained results lies in the promotion of industrial bioplastics with the help of a PR campaign as a component of the marketing complex. The total costs are equal to UAH 1,837.8 thousand. At the same time, the sales volume of "ALPHA PLAST" LLC will be increased by 1.5%. The effect that the company will receive is UAH 140,088.2 thousand, and the efficiency is UAH 77.23. / UAH That is, each hryvnia invested in the marketing complex will bring 77.23 hryvnias. additional revenue from sales.

ЗМІСТ

Вступ	4
1 Теоретичні основи організації комплексу маркетингу підприємства	6
1.1 Сутність, значення та особливості концепції маркетингу	6
1.2 Місце комплексу маркетингу у системі маркетингу	12
1.3 Місце і роль штучного інтелекту в комплексі маркетингу	15
2 Оцінка особливостей функціонування ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ»	21
2.1 Загальна характеристика діяльності ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ»	21
2.2 Аналіз факторів внутрішнього та зовнішнього середовища	28
2.3 Аналіз економічних показників діяльності ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ»	39
2.4 Аналіз фінансових показників діяльності ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ»	48
3 Застосування комплексу маркетингу у ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ»	59
3.1 Обґрунтування перспективних напрямів розвитку підприємства	59
3.2 Оцінка ефективності комплексу маркетингу	
ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ»	60
Висновки	68
Перелік джерел посилань	73

ВСТУП

Одним із ключових інструментів управління, який має потенціал підвищити конкурентоспроможність підприємств як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, є маркетингова діяльність. На неї військова агресія РФ, яка суттєво змінила всі внутрішні процеси підприємств в Україні.

У сучасних умовах маркетинг охоплює майже всі аспекти діяльності суб'єктів господарювання – від досліджень і розробок до закупівлі сировини, виробництва товарів і послуг, виготовлення упаковки, транспортування, продажу та обслуговування. Одночасно, глобальним трендом економічного розвитку є технологічні зміни, в яких ключову роль відіграють інновації. Інновації включають розробку нових та модифікацію існуючих товарів і послуг, які мають вищу якість. Ефективність маркетингу значною мірою залежить від наявності інноваційних продуктів та елементів маркетингової діяльності. Отже, всі види інновацій впливають на складові маркетингового комплексу підприємства, і поняття «маркетинг» та «інновація» тісно взаємопов'язані.

У контексті четвертої технологічної революції ефективність і конкурентоспроможність підприємств все більше залежать від обґрунтованих інноваційних маркетингових рішень. Ця проблема є особливо актуальною для підприємств, які активно займаються інноваційною діяльністю, шукають і реалізують управлінські рішення, що забезпечують конкурентні переваги на висококонкурентному ринку. Прийняття інноваційних маркетингових рішень сприяє підвищенню конкурентоспроможності, забезпеченню інноваційного розвитку та збільшенню економічної ефективності діяльності підприємств.

Отже, основною метою кваліфікаційної роботи є теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо впровадження комплексу маркетингу на підприємстві.

Для досягнення поставленої мети були поставлені такі завдання:

- проаналізувати сутність, значення та особливості концепції маркетингу;

- дослідити місце комплексу маркетингу у системі маркетингу;

- з'ясувати місце і роль штучного інтелекту в комплексі маркетингу;

- навести загальну характеристику діяльності ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ»;

- проаналізувати фактори внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства;

- проаналізувати економічні показники діяльності ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ»;

- оцінити фінансові показники діяльності ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ»;

- обґрунтувати перспективні напрями розвитку підприємства;

- оцінити ефективність комплексу маркетингу для ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ».

Об'єктом розроблення кваліфікаційної роботи є процес обґрунтування ефективності рішень щодо впровадження комплексу маркетингу на підприємстві.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні підходи до обґрунтування ефективності рішень щодо впровадження комплексу маркетингу на підприємстві ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ».

Методи дослідження. У процесі роботи використовувались такі методи: аналіз і синтез, загальнонаукові методи, методи систематизації, порівнянь, спостереження, абстрактно-логічний метод для узагальнення результатів дослідження і формулювання висновків.

Практична значущість одержаних результатів полягає у просуванні біопластиків промислового призначення за допомогою PR-акції як складової комплексу маркетингу. Загальні витрати дорівнюють 1837,8 тис. грн. При цьому обсяги реалізації ТОВ «АЛЬФА ПЛАСТ» будуть збільшені на 1,5%. Ефект, що отримає підприємство дорівнює 140088,2 тис. грн., а ефективність – 77,23 грн. / грн. Тобто кожна грн., що вкладена у комплекс маркетингу принесе 77,23 грн. додаткової виручки від реалізації.