

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



**Магістерська кваліфікаційна робота на
тему:
“ Розробка та управління маркетинговою
стратегією підприємства ПрАТ «Київська
кондитерська фабрика “Рошен”**

Спеціальність: 073 – «Менеджмент»

ROSHEN

Виконала: студентка гр. МПОУ-18м

Пилипенко І.О.

Науковий керівник: д.е.н., професор

Буреннікова Н. В.

Актуальність теми полягає в необхідності перебудови діяльності підприємства на основі стратегічного управління зумовлена змінами в зовнішньому середовищі, зростанням його невизначеності, а також змінами в організації великих підприємств у результаті їх концентрації і диверсифікації. Тому постає гостра потреба у дослідженні процесу глобалізації бізнесу, аналізі впливу факторів його розвитку на зміну як макро-, так і мікроекономічних процесів, конкурентного середовища, розробці маркетингових заходів підприємства та їх адаптації в умовах розвитку глобалізації.

Метою дослідження дослідження є вивчення теоретичних та практичних засад і розробка рекомендацій та пропозицій щодо підвищення ефективності маркетингової стратегії підприємств на зовнішніх ринках.

Для досягнення мети було поставлено та розв'язано такі **основні задачі**:

- дослідити понятійно-категоріальний апарат управління маркетинговою стратегією на зовнішньому ринку підприємства;
- розглянути систему та процес управління маркетинговою стратегією підприємства;
- вивчити методи аналізу та методи оцінки процесу управління маркетингом на зовнішньому ринку - підприємства;
- проаналізувати загальну характеристику ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»;
- дослідити основні елементи організаційного процесу на підприємстві;
- проаналізувати систему управління маркетингом ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» на зовнішньому ринку.
- розробити рекомендації та пропозиції щодо удосконалення управління маркетинговою стратегією на ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен».

Наукову новизну становить удосконалення деяких аспектів щодо управління маркетинговою стратегією підприємства.

Об'єктом дослідження – процес забезпечення ефективного управління маркетинговою стратегією підприємства на зовнішньому ринку

Предметом дослідження – теоретико-методичні засади забезпечення управління процесами маркетингової стратегії ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» на зовнішніх ринках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ

Таблиця 1.1 - Визначення поняття «маркетингова стратегія»

Автор	Визначення поняття
Ф. Котлер	Логічна схема маркетингових заходів, з допомогою яких компанія сподівається виконати свої маркетингові задачі.
І. Ансофф	Встановлення загальних напрямів зростання і укріплення позицій фірми у відповідності до її місії.
Е. Дихтль, Х. Хершген	Принципові середні або довгострокові рішення, які дають орієнтири і які скеровують окремі заходи маркетингу на досягнення поставлених цілей.
Ж. Ландреві, Ж. Леві, Л. Д. Меркатор	Сукупність різних засобів, необхідних для досягнення поставлених цілей в умовах конкуренції.
М. Дж. Бейкер	Основоположна мета збільшення обсягу продажів і досягнення стійкої конкурентної переваги
Дж. Хитон	Процес з'ясування аудиторії покупців і з'ясування які товари мають для неї сенс придбання.
Е. Дж Маккарти	Пошук привабливих можливостей і планування шляхів отримання вигоди з таких можливостей.
Г. Ассель	Засіб впливу фірми на споживача
М. Е. Мак Грас	Побудова і організація процесу задоволення потреб клієнта.



Джерело: таблицю сформовано на основі джерела [2]



Рис. 1.1 - Етапи формування маркетингової стратегії підприємства
Джерело: складено на основі [2]



Рис. 1.2 – Складові частини маркетингового потенціалу підприємства
Джерело: рисунок сформовано на основі [4]

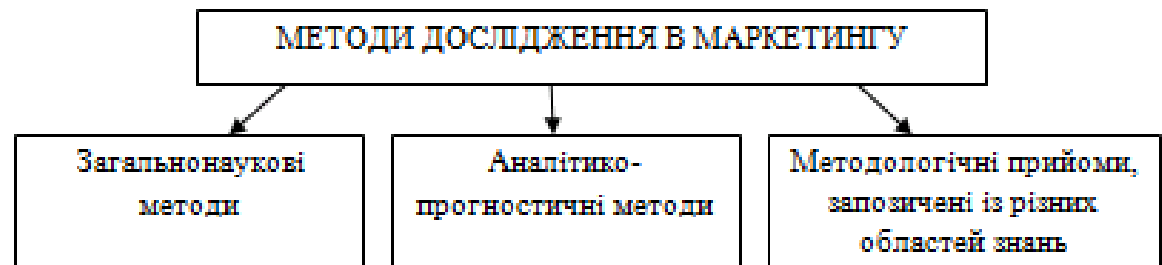


Рис. 1.3. – Система методів дослідження маркетингової діяльності підприємства
Джерело: рисунок складено на основі [4]

РОЗДІЛ 2 ОЦІНКА ТА АНАЛІЗ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ СТРАТЕГІЄЮ ПрАТ «КИЇВСЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА «РОШЕН»

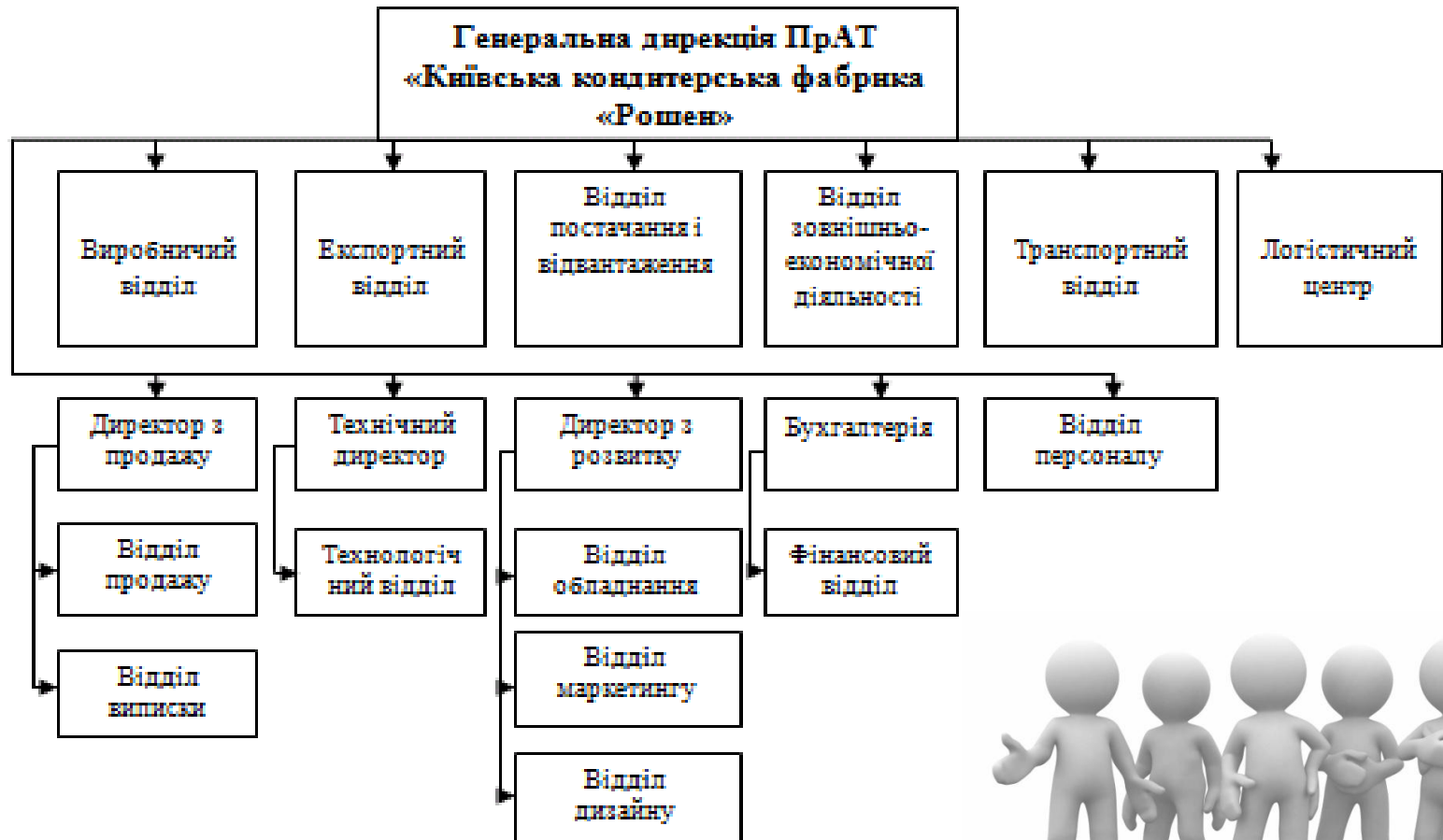


Рис. 2.1 - Організаційна структура управління ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»

Джерело: укладено на основі даних підприємства [13,15]

Рис 2.2 - Динаміка зміни основних фінансових показників
 ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен», тис грн

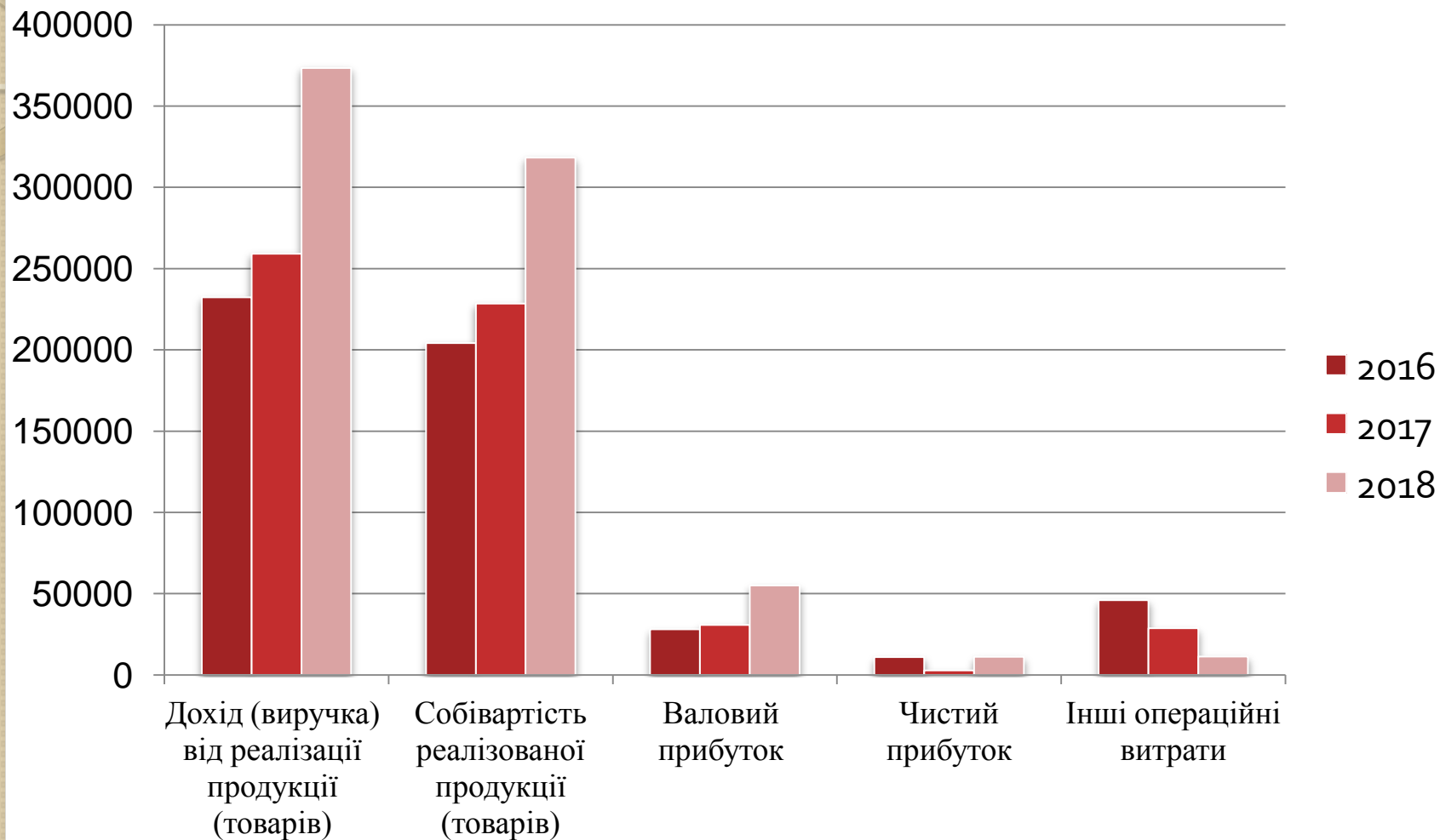


Рис 2.3 - Показники рівнів рентабельності діяльності ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»

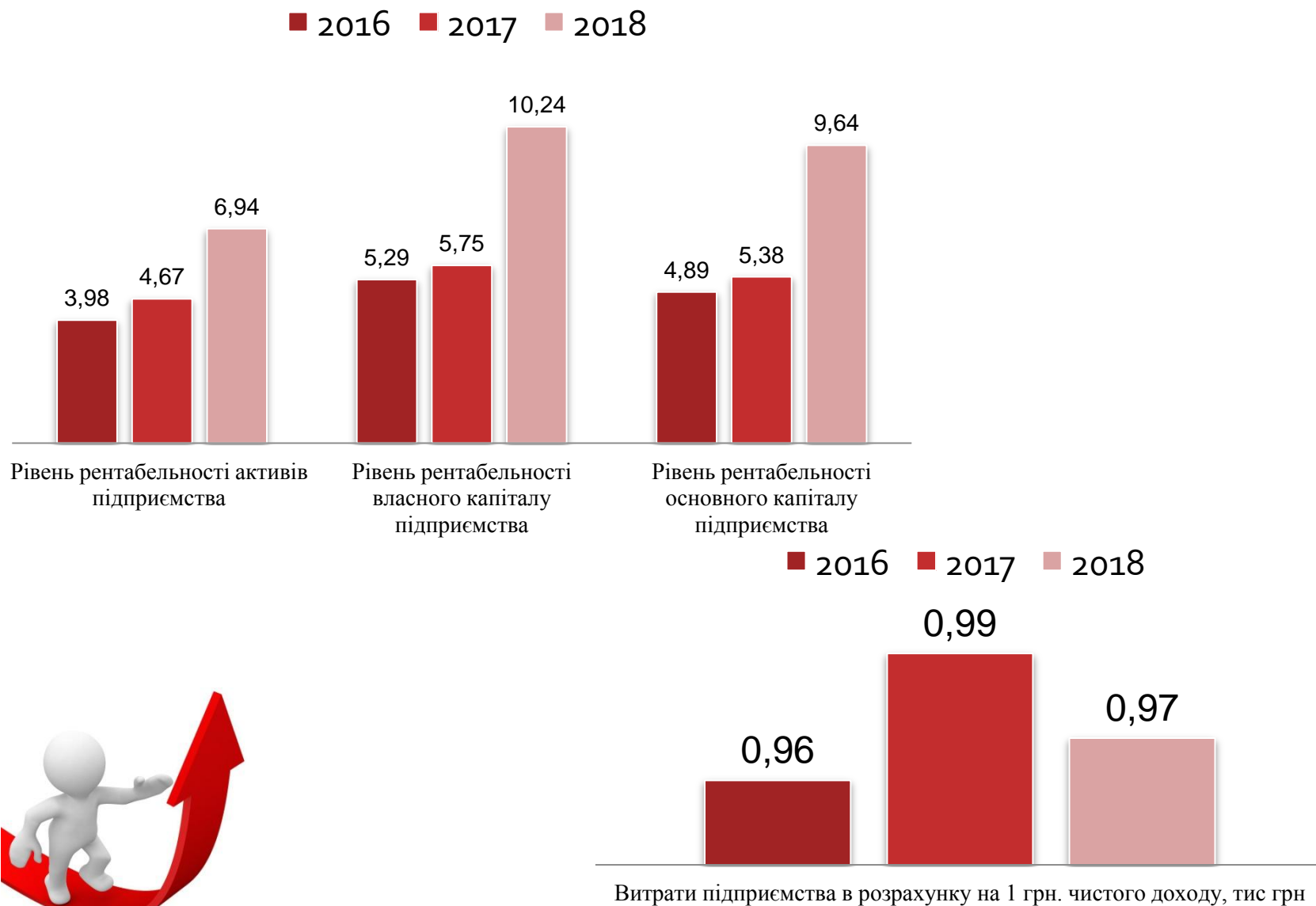


Рис 2.4 - Фінансові коефіцієнти, що характеризують діяльність ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»

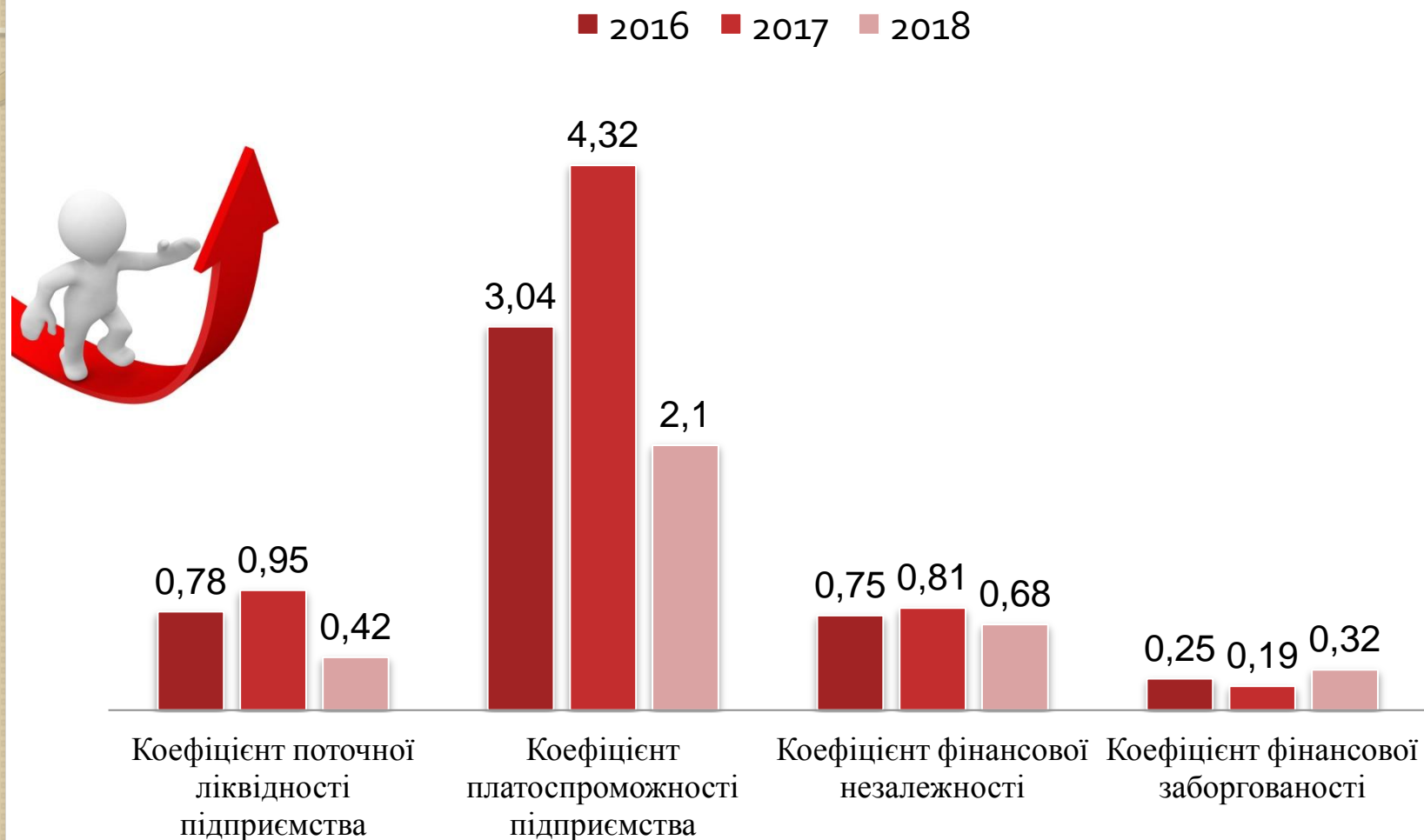
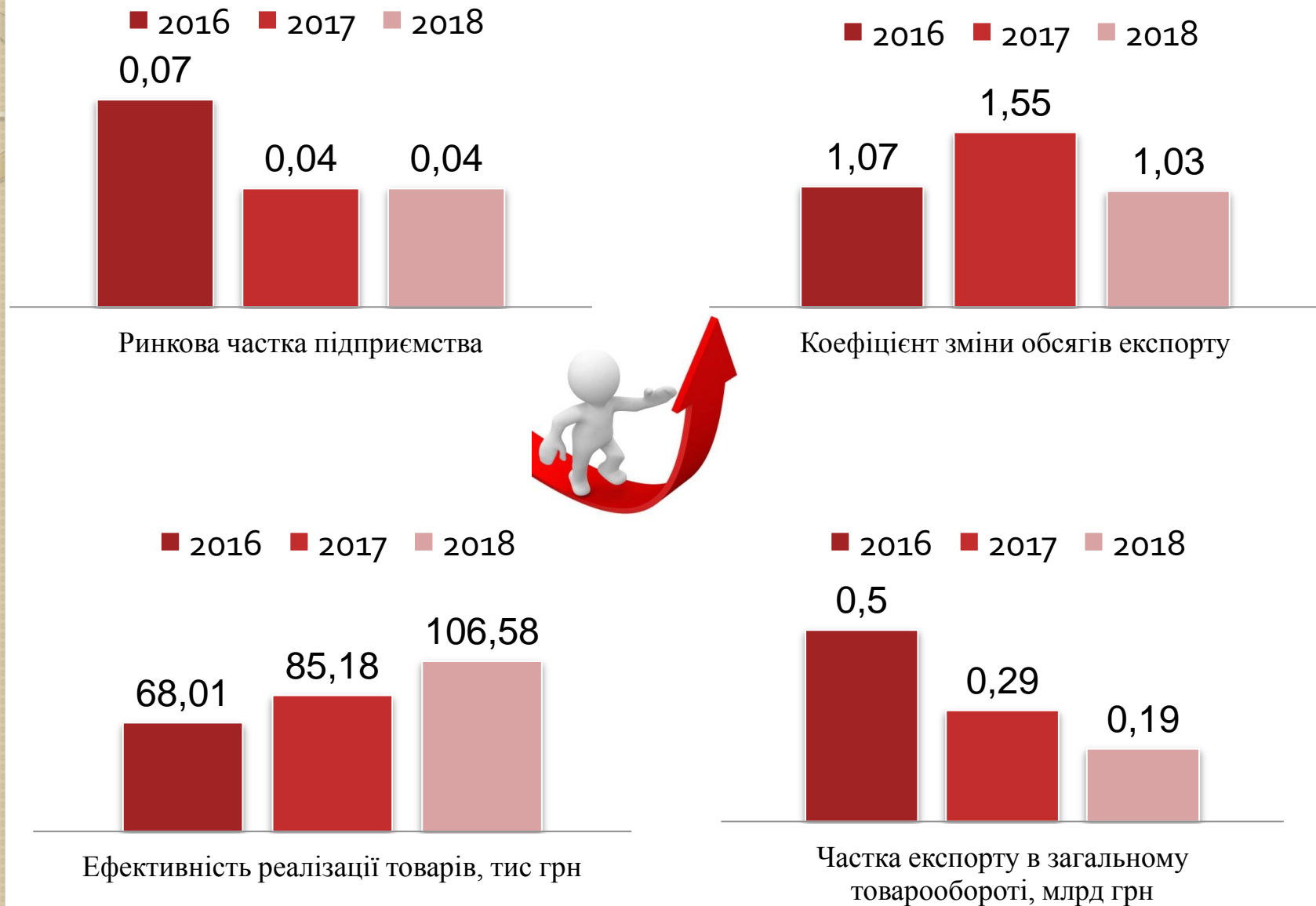


Рис 2.5 - Показники ефективності управління маркетинговою діяльністю на зовнішньому ринку ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» за 2016 - 2018 рр.



РОЗДІЛ 3 ПРОПОЗИЦІЇ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ ПО УДОСКОНАЛЕННЮ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПрАТ «КИЇВСЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА «РОШЕН»

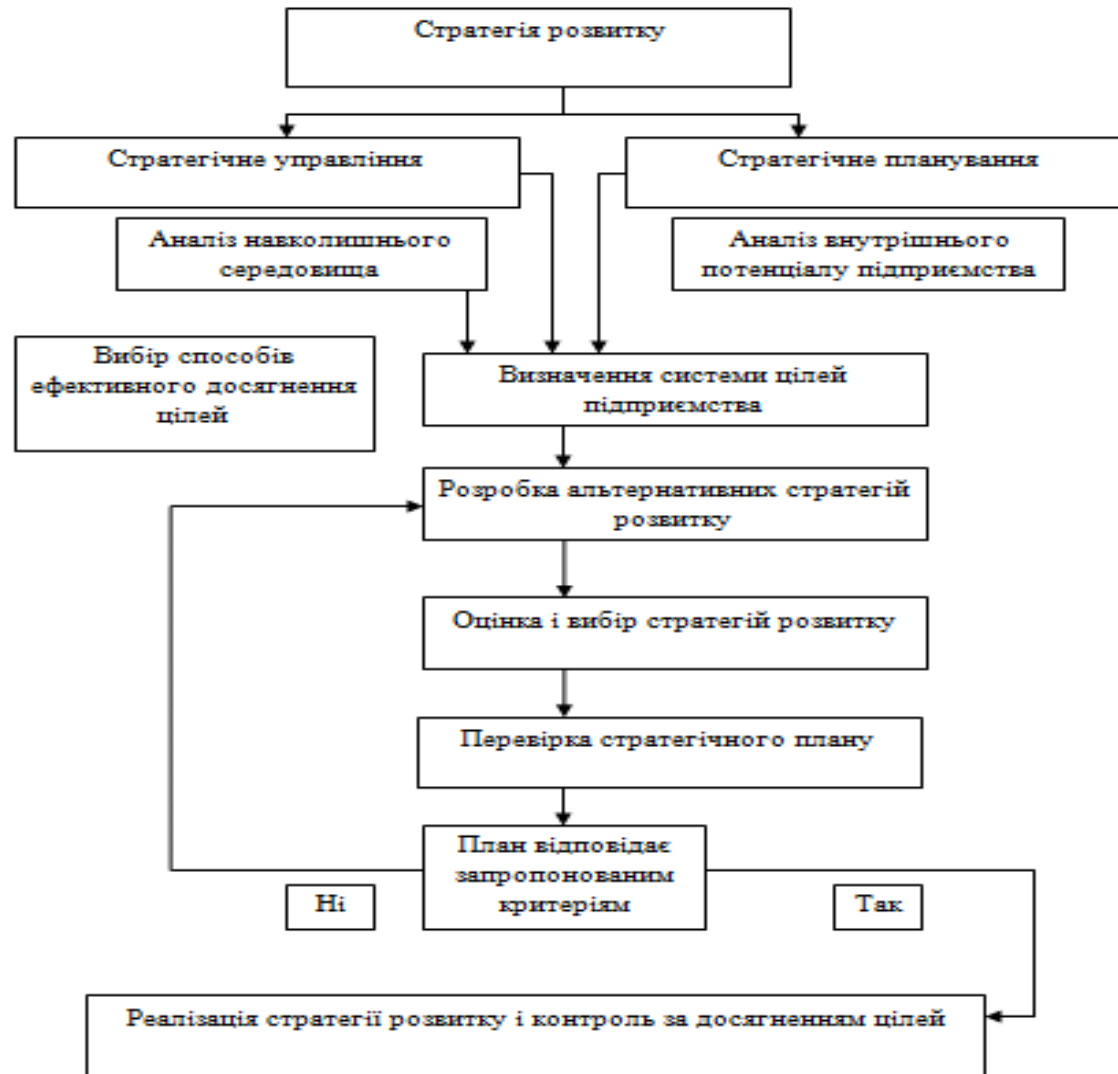


Рис 3.1 - Модель стратегії розвитку підприємства

Джерело: систематизовано на основі [16]

Для підвищення їх знать та набуття нових навиків ми пропонуємо наступні форми навчання:

проведення семінарів та тренінгів із залученням провідних маркетологів

науково-практичні конференції для працівників підприємства

грошова мотивація працівників відділу маркетингу

Крім цього, до основних шляхів удосконалення управління маркетинговою стратегією на ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» підприємств слід віднести:

оновлення та удосконалення існуючих служб маркетингу

розробку і здійснення маркетингової стратегії підприємств

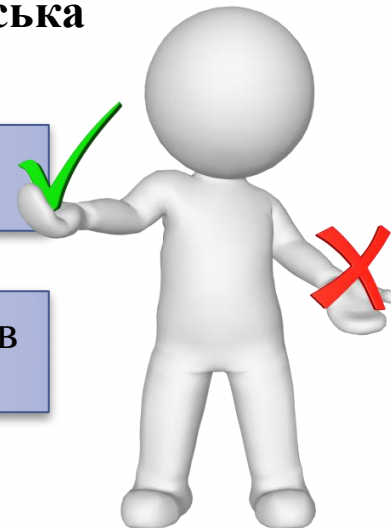




Рис 3.1 - Можливі стратегії розвитку підприємств кондитерської галузі

Джерело: власна розробка

Найменування заходу, що пропонується, та його зміст	Орієнтовні витрати за три роки	Загальний очікуваний економічний ефект	Інші результати
Впровадження стратегії стабілізації та зростання, тис. грн.	-	$733,33 \cdot 3 = 2200$	Посилення позицій конкурентоспроможності підприємства
Впровадження оновленої системи маркетингової діяльності	$333,33 \cdot 3 = 1000$	$933,33 \cdot 3 = 2800$	Підвищення ефективності підприємства, фінансової стійкості та конкурентоспроможності
Забезпечення посади менеджера з управління маркетингом, тис. грн.	$333,33 \cdot 3 = 1000$	$1000 \cdot 3 = 3000$	Підвищення збуту основного виду продукції для зміцнення конкурентної позиції підприємства
Підсумок	$ЗВ = 2000$	$ЕФ_{\text{заг}} = 8000$	

Таблиця 3.1 - План рекомендацій з покращення результатів діяльності підприємства та підвищення ефективності управління ним

Джерело: власна розробка

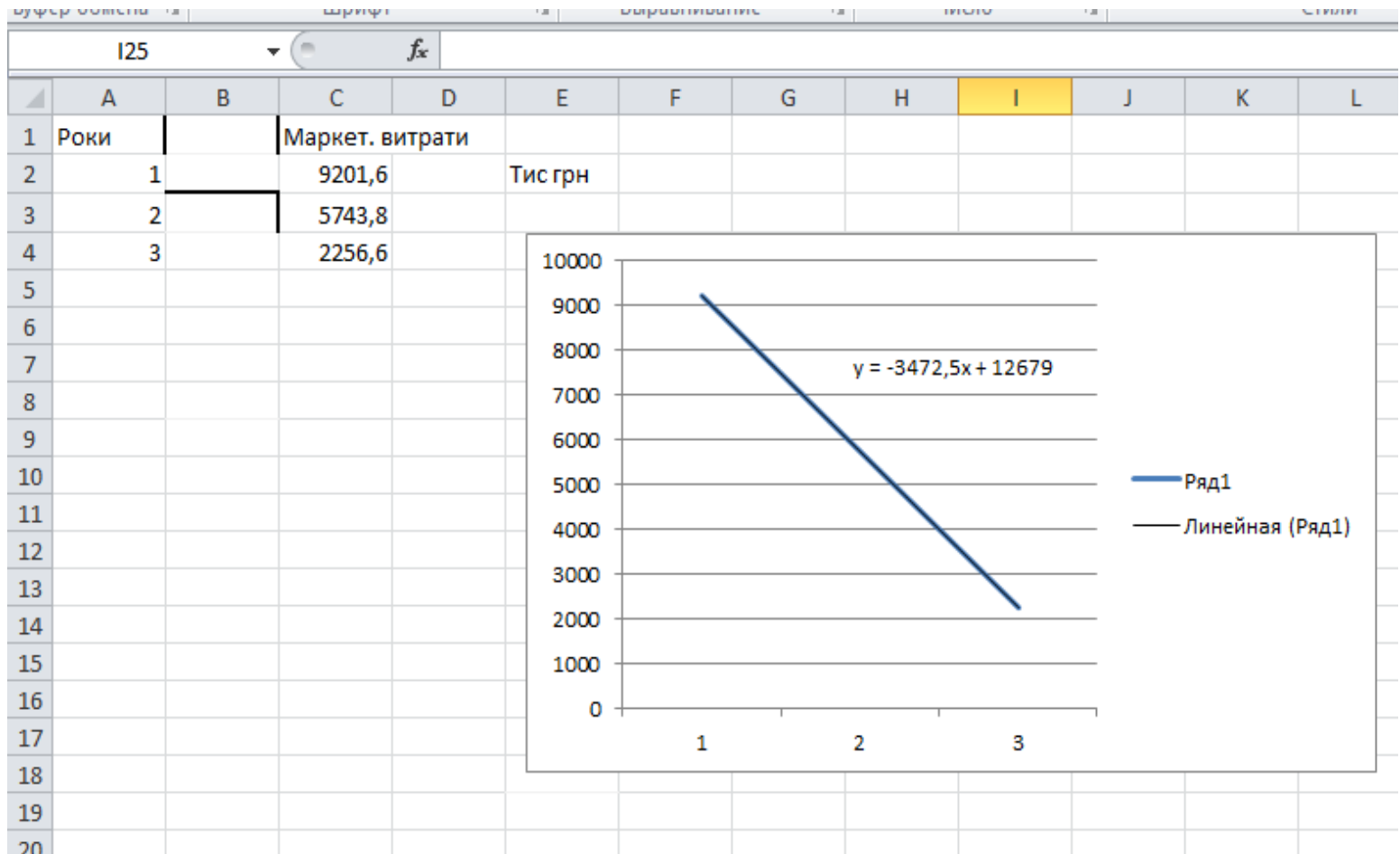


Рис 3.2 - Лінія тренду показника «Витрати на маркетинг» підприємства за період, який досліджувався, з метою прогнозування

Висновки

Проведене дослідження дозволило запропонувати заходи, котрі сприятимуть підвищенню довіри та прихильності споживачів до продукції компанії, що в свою чергу буде зміцнювати її конкурентну позицію.

Нами було розраховано економічний ефект від наших пропозицій для ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» та виявлено, що загальна сума інвестицій для всіх запропонованих заходів становитиме 2000 тис грн. Чистий приведений ефект проекту дорівнюватиме 5617,28 тис грн при ставці дисконтування – 20%, абсолютна ефективність становить 3617,28 тис грн, внутрішня норма рентабельності інвестицій – 41 %, а період окупності становить 2 роки. Впровадження запропонованих заходів у практичну діяльність ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» є доцільним з фінансової точки зору зору.



ДЯКУЮ ЗА
УВАГУ!

