

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ І ТУРИЗМУ

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи
бакалавра

на тему «Визначення ефективності діяльності підприємства у маркетинговому
аспекті (на матеріалах ПАТ «Херсонський маслозавод»)»

Determining the efficiency of the enterprise activity in the marketing aspect (on the
materials of PJSC «Kherson Butter Making Factory»)»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 4МР,
спеціальності 075 «Маркетинг»,
освітньо-професійної програми «Маркетинг»
Б. А. Сенюк
Керівник Ю. О. Джерелюк

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

Кафедра менеджменту, маркетингу і туризму

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

В.о. завідувача кафедри

_____ к.е.н., доцент Р.М. Набока

«__» _____ 2021 р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТУ

Сенюк Богдані Андріївні

1. Тема роботи: Визначення ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті (на матеріалах ПАТ «Херсонський маслозавод»)

керівник роботи д.е.н., професор Ю.О. Джерелюк

затверджена наказом вищого навчального закладу від «25» січня 2021 р., №60-С

2. Строк подання студентом роботи «01» червня 2021 р.

3. Вихідні дані до роботи державні статистичні матеріали, планові і звітні дані підприємства ПАТ «Херсонський маслозавод» за 2018–2020 рр.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що їй належить розробити):

Вступ. Розділ 1. Теоретичні аспекти визначення ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті. Розділ 2. Аналіз ефективності діяльності підприємства ПАТ «Херсонський маслозавод» у маркетинговому аспекті. Розділ 3. Підвищення економічної ефективності діяльності підприємства ПАТ «Херсонський маслозавод» у маркетинговому аспекті. Спецчастина: охорона праці. Висновки та пропозиції.

5. Перелік графічного матеріалу (з зазначенням обов'язкових креслень) _____
наочний матеріал на 6 сторінках формату А4

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Консультант з охорони праці	к.т.н., доцент С.І. Кузнецов		
Консультант з використання ПЕОМ	д.е.н., професор Ю.О. Джерелюк		
Консультант з нормоконтролю	ст. викладач Т.В. Пацай		

7. Дата видачі завдання «25» січня 2021 року

8. КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи бакалавра	Термін виконання етапу роботи	Примітка
1	Вивчення літературних джерел	До 15.02.2021 р.	<i>виконано</i>
2	Написання теоретичного розділу	До 25.02.2021 р.	<i>виконано</i>
3	Збір матеріалів	До 10.03.2021 р.	<i>виконано</i>
4	Написання дослідницько-аналітичного розділу	До 20.03.2021 р.	<i>виконано</i>
5	Написання рекомендаційного розділу	До 30.04.2021 р.	<i>виконано</i>
6	Написання спецчастини: охорона праці	До 30.04.2021 р.	<i>виконано</i>
7	Задачі ПЕОМ	До 10.05.2021 р.	<i>виконано</i>
8	Висновки та рекомендації	До 20.05.2021 р.	<i>виконано</i>
9	Представлення завершеної роботи керівнику	До 01.06. 2021 р.	<i>виконано</i>
10	Отримання відгуку та рецензії	До 04.06.2021 р.	<i>виконано</i>
11	Перевірка на плагіат	За графіком	<i>виконано</i>

Студент _____ Б.А. Сенюк

Керівник роботи _____ Ю.О. Джерелюк

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У МАРКЕТИНГОВОМУ АСПЕКТІ.....	7
1.1. Економічна сутність ефективності діяльності підприємства.....	7
1.2. Методичні підходи до визначення ефективності діяльності підприємства та його маркетингової підсистеми.....	15
1.3. Система показників визначення ефективності діяльності підприємства за напрямками.....	34
Висновки до розділу 1	36
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПАТ «ХЕРСОНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД» У МАРКЕТИНГОВОМУ АСПЕКТІ	36
2.1. Дослідження внутрішніх та зовнішніх передумов ефективності діяльності підприємств молочної промисловості	36
2.2. Характеристика фінансово-економічних показників підприємства в контексті аналізу ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті з використанням ПЕОМ	43
2.3. Визначення узагальнюючого інтегрального показника економічної ефективності діяльності підприємств у маркетинговому аспекті	61
Висновки до розділу 2.....	62
РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПАТ «ХЕРСОНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД» У МАРКЕТИНГОВОМУ АСПЕКТІ	63
3.1. Економічне обґрунтування напрямів підвищення економічної ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті	63
3.2. Вплив запропонованих управлінських заходів на рівень узагальнюючого показника ефективності діяльності підприємств у маркетинговому аспекті.....	79
Висновки до розділу 3.....	84
СПЕЦЧАСТИНА: ОХОРОНА ПРАЦІ	87
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	95
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	100
ДОДАТКИ.....	105

ВСТУП

Актуальність теми. Удосконалення ринкових відносин і ринково-орієнтованого управління бізнес-процесами сприяє сталому і довгостроковому функціонуванню підприємства. Підприємства вимушені піклуватися про здатність своїх внутрішньовиробничих систем до виявлення проблем, сприйняття управлінських рішень підвищення ефективності діяльності. Для цього потрібний не тільки стратегічний аналіз, який передбачає розгляд перспектив щодо розвитку, а оцінювання процесів діяльності підприємства з позиції ринку – тобто у маркетинговому аспекті, що сприятиме зростанню платоспроможного попиту на продукцію та прибутку підприємства.

Дослідженням проблем забезпечення ефективності присвячено роботи таких вчених, як Т. Батракова, Т. Говорушко, В. Головка, І. Гонтарева, Н. Измодєнова, А. Касич, Т. Клебанова, О. Кузнєцова, І. Хіміч, Д. Рікардо, Т. Шталь, Й. Шумпетер, та ін. Обґрунтування необхідності використання маркетингового забезпечення, яке є підґрунтям підвищення ефективності діяльності підприємства, здійснено такими вченими як: Н. Герасим'як, О. Герасимов, С. Жуков, О. Зозульов, Ю. Іванов, Т. Литвиненко, О. Каніщенко.

Проте недостатньо вивченими та дослідженими залишаються окремі теоретико-методичні питання, які пов'язані з оцінюванням ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті з врахуванням об'єктивної та суб'єктивної складових. Все вищезазначене підтверджує актуальність теми кваліфікаційної роботи, зумовлює мету і завдання дослідження.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є узагальнення та розвиток теоретичного і методичного забезпечення визначення економічної ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті.

Для досягнення зазначеної мети поставлено такі завдання:

- уточнити визначення поняття «економічна ефективність»;
- дослідити методичні підходи до визначення ефективності діяльності підприємства та його маркетингової підсистеми;
- розробити систему показників визначення ефективності діяльності підприємства за напрямками;
- дослідити внутрішні та зовнішні передумови ефективності діяльності підприємств молочної промисловості;

- визначити узагальнюючий інтегральний показник економічної ефективності діяльності підприємств у маркетинговому аспекті;
- обґрунтувати напрями підвищення економічної ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті;
- провести оцінювання впливу запропонованих управлінських заходів на рівень узагальнюючого показника економічної ефективності діяльності підприємств у маркетинговому аспекті.

Об'єктом дослідження є процес визначення ефективності діяльності підприємства ПАТ «Херсонський маслозавод» у маркетинговому аспекті.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних положень та практичних рекомендацій щодо визначення ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті.

Методи дослідження. Теоретичну й методичну основу роботи становлять фундаментальні дослідження і положення вітчизняної й зарубіжної науки з проблем оцінювання економічної ефективності діяльності підприємства. При визначенні проблеми була використана наукова, економічна та довідкова література, роботи провідних вітчизняних та зарубіжних вчених, методологічні матеріали, періодичні видання України. Під час дослідження були використані звітні дані ПАТ «Херсонський маслозавод», використовувалися економіко-статистичні методи (порівняння, групування, аналіз динамічних рядів, графічний метод), метод логічного аналізу та узагальнень, кореляційно-регресійний аналіз, метод експертних оцінок.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості їх застосування на інших підприємствах молочної промисловості. Розроблені науково-методичні рекомендації щодо оцінювання ефективності діяльності підприємства у маркетинговому аспекті доведені до конкретних рекомендацій, реалізація яких дозволить забезпечувати постійні конкурентні переваги підприємству завдяки плануванню і проведенню системи ефективних маркетингових заходів.

Структура та обсяг роботи. Основний текст кваліфікаційної роботи викладений на 99 сторінках, складається зі вступу, трьох розділів, висновків, спецчастини та списку використаних джерел із 54 найменування на 5 сторінках. Робота містить 16 рисунків і 41 таблицю, 1 додаток на 4 сторінках.