

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

ЩЕРБАТЕНКО ЮРІЙ АНАТОЛІЙОВИЧ

УДК 658.6

**МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ
(НА ПРИКЛАДІ ТОВ «НОВА ПОШТА»)**

8.18010012 «Управління інноваційною діяльністю»

Автореферат

дипломної роботи на здобуття освітнього ступеня «магістр»

Тернопіль
2017

Роботу виконано на кафедрі менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя Міністерства освіти і науки України

Керівник роботи: кандидат економічних наук, асистент кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва
Вовк Ірина Петрівна,
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,

Рецензент: кандидат економічних наук, асистент кафедри менеджменту у виробничій сфері
Оксентюк Роман Андрійович,
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Захист відбудеться 23 лютого 2017 р. о 9⁰⁰ годині на засіданні екзаменаційної комісії № 53 у Тернопільському національному технічному університеті імені Івана Пулюя за адресою: 46001, м. Тернопіль, вул. Микулинецька, 46, навчальний корпус №7, ауд. 304

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми роботи. Галузь зв'язку - одна із головних галузей в економіці будь-якої країни. У наш час зв'язок являє собою один з найбільш розвинених секторів економіки. Роль поштової системи вийшла за рамки простої фізичної доставки пошти. Ринок зв'язку з кожним роком стає усе більше конкурентним і різноманітним, відбувається бурхливе зростання електронних засобів зв'язку, при якому факс, електронна пошта, інтерактивний зв'язок і інші форми електронного обміну інформацією розвиваються більш швидкими кроками, ніж фізична пошта.

Поштові служби всіх країн світу сьогодні існують у швидкоплинному конкурентному середовищі. Ефективність поштового зв'язку ставиться до тих умов, без котрих неможливе нормальне функціонування виробництва й обіг товарів та послуг, а також життєдіяльність людини на сучасному етапі розвитку суспільства.

Зв'язуючи виробництво й споживання товарів та послуг, обслуговуючи і виробників, і споживачів, поштовий зв'язок активно впливає на економіку, керування, розвиток бізнесу й підвищення добробуту людей. Це спонукає поштових операторів різноманітних країн світу до постійного удосконалення, впровадження новітніх методів надання послуг, новітніх технологій та техніки.

Незважаючи на безліч нововведень, українська пошта ще відстає від світових. На жаль, поштова служба, ще не навчилася грамотно користуватися наявними можливостями, слабо бореться за клієнта, за ринок послуг. Погана робота пошти призвела до створення та входження на ринок поштових послуг приватним компаніям, які пристосовані працювати в ринкових умовах, боротися за клієнта, за якість надаваних послуг, постійно шукати джерела нових доходів, нові послуги.

Саме тому, актуальним є розробка системи маркетингу інновацій на підприємстві.

Мета роботи: обґрунтування особливостей інноваційної маркетингової діяльності на поштовому підприємстві й формування практичних інноваційних рекомендацій для вирішення ефективних маркетингових задач.

Об'єкт, методи та джерела дослідження. Основним об'єктом дослідження є діяльність ТОВ «Нова пошта». Методи виконання роботи: економіко-статистичний, аналітичний, порівняльний, теоретико-емпіричний.

Наукова новизна отриманих результатів:

- визначено сутність і завдання управління маркетингом;
- проаналізовано поштову галузь та сучасні світові тенденції її розвитку;
- дано характеристику ТОВ «Нова пошта» та проведено аналіз послуг поштового зв'язку та перспективи їх розвитку;
- визначено ефективність маркетингової діяльності підприємства;
- розроблено рекомендації щодо вдосконалення ефективності маркетингової діяльності на підприємстві ТОВ «Нова Пошта» на інноваційних засадах;
- розроблено проект по реалізації маркетингу інновацій на підприємстві;

- розглянуто питання застосування інформаційних технологій, охорони праці, безпеки в надзвичайних ситуаціях та екології.

Практичне значення отриманих результатів.

Розроблено систему маркетингу інновацій поштового підприємства, яка може бути використана в діяльності базового підприємства.

Апробація. Окремі результати роботи доповідались на V Міжнародній науково-технічній конференції молодих учених та студентів «Актуальні задачі сучасних технологій», Тернопіль, 2016

Структура роботи. Робота складається з пояснювальної записки. Пояснювальна записка складається з вступу, 5 частин, висновків, переліку посилань та додатків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У вступі вказано роль поштової системи, її значення для економіки країни та визначено завдання роботи.

В теоретичній частині розглянуто сутність і завдання управління маркетингом, теоретичні основи комплексу маркетингу, напрямки удосконалення маркетингової діяльності.

В аналітико-дослідницькій частині виконано аналіз поштової галузі та визначено сучасні світові тенденції її розвитку. Дано характеристику підприємства. Проаналізовано послуги поштового зв'язку та перспективи їх розвитку.

Головним завданням повинне стати технологічне переоснащення всіх поштових відділень. Головною перспективою розвитку підприємства надалі може стати введення таких послуг як розповсюдження рекламних інформаційних матеріалів, лотерей, розвиток бази даних та подальший розвиток фінансових послуг.

Товариство з обмеженою відповідальністю «Нова пошта» - єдина мережа поштового зв'язку, що охоплює всі регіони України і є оператором на поштовому ринку держави.

"Нова Пошта" розпочала свою діяльність у 2001 році. Вже понад 11 років компанія пропонує своїм клієнтам зручну, доступну та якісну послугу – доставку вантажів і кореспонденції в будь-яку точку України. Перевезення здійснюється за усіма можливими технологіями доставки: «Склад-Склад», «Двері-Двері», «Склад-Двері» та «Двері-Склад».

Мережа «Нова пошта» складається з більш ніж 2200 відділень, понад 1400 поштоматів для видачі/прийому посилок та 37 сортувально-перевантажувальних терміналів. Географія мережі «Нова пошта» в Україні охоплює майже 1000 міст та сіл. Крім доставки у відділення, компанія здійснює адресну доставку у більш ніж 28 000 населених пунктів.

Важливі кроки зроблені в напрямку інтеграції у світовий інформаційний простір. «Нова Пошта» бере активну участь у серії важливих міжнародних проєктів, таких як «Система реєстрації й контролю проходження пошти в Україні», «Міжнародна фінансова система», «Постійний контроль якості».

В проектно-рекомендаційній частині проведено оцінку ефективності маркетингової діяльності ТОВ «Нова Пошта» та на її основі запропоновано шляхи інноваційного розвитку підприємства. ТОВ «Нова Пошта» є підприємством-лідером в галузі поштового зв'язку. Зберігаючи своє лідерство на українському ринку, підприємство прагне стати повноправним оператором на українському ринку поштових послуг з використанням високих технологій. Досягти цього підприємство може завдяки удосконаленню основної діяльності, впровадженню новітніх послуг, які будуть відповідати потребам споживачів. Це істотно зміцнить положення підприємства й принесе додатковий прибуток. Тому стратегічна мета діяльності повинна бути спрямована на збереження лідерства на поштовому ринку. Здійснення цієї мети може бути здійснене за рахунок наступних заходів: підвищення якості вже існуючих послуг; перегляду асортименту надаваних послуг та вилученню з обігу тих послуг, які не відповідають загальній поштовій діяльності; розширення асортиментного ряду послуг за рахунок впровадження нових видів; поліпшення роботи зі споживачами; проведення постійних маркетингових досліджень поштового ринку країни, споживачів та їх потреб, конкурентів та їхньої діяльності; проведення гнучкої тарифної політики; зміцнення авторитету на внутрішньому ринку поштових послуг; впровадження рекламних заходів та розробка системи стимулювання збуту на підприємстві; підвищення фінансової стабільності підприємства за рахунок впровадження системи організації та планування діяльності.

З метою вдосконалення діяльності ТОВ «Нова пошта» ми пропонуємо проект із розробки і реалізації плану маркетингу інновацій. А саме надання послуг із розповсюдження реклами клієнтів-партнерів. В 2018 році пропонуємо вийти на ринок України з інноваційною маркетинговою стратегією.

Для реалізації проекту потрібно взяти кредит у сумі 247886,34 грн., терміном на 4 роки, який підприємство буде в змозі погасити за 3,59 року при умові повного використання чистого прибутку для погашення кредиту, та за 4 роки, з можливістю використання залишку чистого прибутку не на погашення кредиту, а можливо, на інші потреби підприємства, що залежить від договору кредитування і інших причин.

Період окупності 0,33 року, очікуваний економічний ефект 117 085,24 грн., рентабельність нововведення 58,40 %. Вважаємо, що запропонований проект доцільно впровадити і реалізувати на підприємстві, так як його чиста теперішня вартість є більшою від нуля і становить 12654,04 грн.

В частині «Охорона праці та безпека в надзвичайних ситуаціях» розглянуто питання з охорони праці на підприємстві, правові основи забезпечення безпеки в надзвичайних ситуаціях.

В частині «Екологія» проаналізовано сучасний екологічний стан України, розглянуто питання забруднення довкілля.

У загальних висновках до дипломної роботи описано прийняті в роботі рішення й інноваційні заходи, які забезпечують ефективний розвиток підприємства на засадах маркетингу інновацій.

Графічна частина містить слайди опису усіх частин дипломної роботи та висвітлює результати проведених досліджень.

ВИСНОВКИ

Прийняті в дипломній роботі наукові та інноваційні рішення дозволили запропонувати стратегію маркетингу інновацій підприємства. Стратегії для підприємств, діючих в галузях, які знаходяться на стадії спаду мають головною перевагою підвищення якості надаваних послуг, а також введення нових послуг. На даному етапі підприємство не може повністю дотриматись цих стратегій, бо воно має не дуже стабільне положення, серед конкурентів. Тому воно має приділяти увагу не тільки підвищенню якості, а ще й укріпленню свого положення на ринку. Серед стратегій лідера стратегія оборони й зміцнення найбільше підходить для поштового оператора.

Таким чином, стратегія оборони й зміцнення є головною стратегією підприємства. Її зміст полягає в тому, щоб закрити доступ на ринок новим фірмам, а лідерові – зміцнити свої позиції. Задачами міцної оборони є утримання існуючої частки ринку, зміцненням існуючого положення на ринку, захист всіх наявних у підприємства конкурентних переваг. Завдяки впровадженню стратегії оборони й зміцнення ТОВ «Нова Пошта» буде піднімати конкурентний бар'єр для тих, хто претендує на лідерство й новачків через збільшення витрат на рекламу, більш високий рівень сервісного обслуговування й більші витрати на дослідження й розробку нових видів послуг.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ АВТОРОМ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ РОБОТИ

1. Щербатенко Ю.А. Сучасний Креативний ресурс підприємства. Питання збереження кваліфікованих працівників [Текст] / В.С. Кріль, Ю.А. Щербатенко, П.М. Мазярчук, П.М. Мазярчук // Збірник тез доповідей V Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів «Актуальні задачі сучасних технологій». – Тернопіль, ТНТУ, 2016. – С. 393.

АНОТАЦІЯ

Щербатенко Ю.А. «Маркетинг інновацій на підприємстві (на прикладі ТОВ «Нова пошта»))». – Рукопис.

Спеціальність 8.18010012. – Управління інноваційною діяльністю. – Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. – Тернопіль, 2017.

Робота присвячена розробці методичних підходів та практичних рекомендацій щодо інноваційної маркетингової діяльності підприємства та визначення її перспективних напрямків.

У теоретичній частині розділі розкрито сутність поняття «управління маркетингом». Розглянуто напрямки удосконалення маркетингової діяльності підприємства.

У аналітико-дослідницькій частині подано загальну характеристику діяльності ТОВ «Нова Пошта» та проведено дослідження поштової галузі. Здійснено аналіз основних показників діяльності підприємства, послуг поштової зв'язку, проблем та перспектив розвитку підприємства.

У проектно-рекомендаційній частині проведена оцінка ефективності інноваційної маркетингової діяльності ТОВ «Нова Пошта», розроблено рекомендацій щодо її вдосконалювання та проект по реалізації маркетингу інновацій на підприємстві.

Спеціальна частина містить розроблені заходи з покращення охорони праці, безпеки життєдіяльності та екології на підприємстві.

Ключові слова: інноваційна діяльність, управління маркетингом, маркетинг інновацій, ефективність.

ANNOTATION

Shcherbatenko Yu. A. "Marketing innovation in the enterprise (for example, LLC "Nova Poshta")." - Manuscript.

Specialty 8.18010012. - Innovation management. - Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University. - Ternopil, 2017.

The work is devoted to development of methodical approaches and practical recommendations for innovative marketing activity of enterprise and determination of perspective directions.

In the first chapter the essence of the concept of "marketing management". Directions improving the marketing of the company.

The second chapter provides a general characterization of LLC "Nova Poshta" and studied the postal sector. The analysis of the key indicators of the company, postal services, problems and prospects of the company.

The third section evaluated the effectiveness of innovative marketing activity of LLC "Nova Poshta" and developed recommendations for its improvement.

Special part contains measures designed to improve the safety, life safety and the environment at the company.

Keywords: innovation, marketing management, marketing innovation, efficiency.