**Моісеєв Віталій Геннадійович. Маркетингове управління диверсифікацією виробництва на промисловому підприємстві: дисертація канд. екон. наук: 08.06.01 / Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. - Донецьк, 2003**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | Моісеєв В.Г. Маркетингове управління диверсифікацією виробництва на промисловому підприємстві. - Рукопис.  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальностю 08.06.01. - Економіка, організація і управління підприємствами. - Донецький державний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського Міністерства освіти і науки України, Донецьк, 2003.  Дисертація присвячена розробці методичних положень і практичних рекомендацій щодо організації маркетингового управління процесом диверсифікації виробництва на промислових підприємствах. В роботі досліджено роль, значення та передумови використання маркетингових структур у розвитку ринкових можливостей підприємства при здійсненні диверсифікації виробництва на основі методів і прийомів маркетингу. Узагальнено досвід створення умов, які забезпечують використання принципів маркетингу для реалізації стратегії диверсифікації виробництва, обгрунтовано шляхи удосконалення організації маркетингової діяльності на підприємстві в напрямку прискорення цього процесу. Розроблено і реалізовано на практиці методичні положення щодо використання системи маркетингового управління при здійсненні диверсифікаційних процесів на підприємстві, у тому числі при плануванні його діяльності в цій області. Основні результати дисертації впроваджено на підприємствах машинобудування та металообробки. | |
| |  | | --- | | В дисертації теоретично узагальнено та вирішено наукове завдання на підставі існуючих та пропозиції нових підходів щодо маркетингового управління диверсифікацією виробництва на промисловому підприємстві. Результати проведеного дослідження надають можливості зробити наступні висновки:  1. В результаті проведеного дослідження з'ясовано, що однією з об'єктивних вимог, що виникають в ході організаційно-економічних перетворень і переходу від планово-директивної економіки до ринкових відносин, виступає зміна поведінки підприємств у визначенні продукції ,що випускається. Доведено, що ця зміна реалізується шляхом переходу від рішення чисто інженерних завдань щодо виконання плану до рішення завдань фінансових, маркетингових з орієнтацією на потреби ринку з урахуванням можливої конкуренції.  2. Доведено необхідність і можливість реалізації на підприємствах такого способу їх розвитку як диверсифікація виробництва, що виступає важливим засобом реструктуризації підприємства і підвищення його конкурентноспроможності. Обгрунтовано організаційно-економічні передумови використання маркетингу в управлінні реалізацією стратегії диверсифікації виробництва.  3. Розроблено концепцію системи маркетингового управління процесом диверсифікації виробництва, що включає формулювання принципів її побудови, складові елементи (блоки), етапи створення та специфічні особливості функціонування на підприємстві.  4. Обгрунтовано методичні підходи до організації маркетингового управління диверсифікаційними процесами на підприємстві на підставі проведення ринкових досліджень і визначення ролі маркетингових структур в підвищенні ринкових можливостей підприємства при здійсненні диверсифікації виробництва.  5. Розроблено механізм реалізації стратегії диверсифікації виробництва при функціонуванні системи маркетингового управління цим процесом, що включає такі елементи як організація маркетингової діяльності, планування диверсифікаційних заходів і їх економічне обгрунтування.  6. Обгрунтовано модель диверсифікації виробництва на промисловому підприємстві в системі маркетингу при виведенні нового товару до ринку. На прикладі конкретного заходу щодо диверсифікації виробництва показано економічні наслідки цього процесу. | |