

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ І ТУРИЗМУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему: «Формування конкурентних переваг підприємства на засадах стратегічного маркетингу (на матеріалах ТОВ «АГРИНА ТРЕЙД»)»

«Formation of competitive advantages of the enterprise on the basis of strategic marketing (on the materials of LLC «AGRINA TRADE»)»

Виконав: здобувач другого (магістерського)
рівня вищої освіти _____ групи 6МР
спеціальності 075 «Маркетинг» _____
(шифр і назва спеціальності)
освітньо-професійної програми «Маркетинг»
_____ Піковська П.П. _____
(прізвище та ініціали здобувача)
Керівник _____ Набока Р.М. _____
(прізвище та ініціали)

Хмельницький 2024 рік

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

Кафедра менеджменту, маркетингу і туризму

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри

к.е.н., доц. Руслан НАБОКА

« 05 » ЖОВТНЯ 2023 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Піковській Поліні Петрівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Формування конкурентних переваг підприємства на засадах стратегічного маркетингу (на матеріалах ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»)»

керівник роботи Набока Руслан Миколайович, к.е.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від 04 жовтня 2023 р., № 530-с

2. Строк подання здобувачем роботи 25 січня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи планові та звітні дані щодо діяльності

ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД» за період 2020–2023 рр.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Теоретичні аспекти формування конкурентних переваг підприємства на засадах стратегічного маркетингу

2. Аналіз маркетингового середовища та конкурентних переваг

ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»

3. Обґрунтування заходів щодо посилення конкурентних переваг

ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Табл. 29 рис. 11 Наочний матеріал на 7 аркушах

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
<i>Консультант з написання I-III розділів</i>	<i>Руслан НАБОКА – к.е.н., доцент</i>		
<i>Консультант з нормоконтролю</i>	<i>Олена БИЛИМ– док.філос.,ст. викладач</i>		

7. Дата видачі завдання 04 жовтня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Огляд літературних джерел з теми	05.10.2023 - 09.10.2023	виконано
2.	Складання і затвердження плану роботи	10.10.2023 - 11.10.2023	виконано
3.	Робота над теоретико-методичним розділом	12.10.2023 - 20.10.2023	виконано
4.	Робота над дослідницько-аналітичним розділом	21.10.2023 - 05.11.2023	виконано
5.	Робота над проектно-рекомендаційним розділом	06.11.2023 - 20.11.2023	виконано
6.	Формулювання висновків за темою дослідження	21.11.2023 - 11.12.2023	виконано
7.	Оформлення роботи	12.12.2023 - 10.01.2024	виконано
8.	Надання роботи керівнику для перевірки та написання подання	11.01.2024 - 14.01.2024	виконано
9.	Подання роботи для перевірки у КСПНП	15.01.2024	виконано
10	Захист роботи в ЕК	25.01.2025	

Здобувач _____ Поліна ПІКОВСЬКА
(підпис) (ім'я прізвище)

Керівник роботи _____ Руслан НАБОКА
(підпис) (ім'я прізвище)

АНОТАЦІЯ

Піковська П.П. Формування конкурентних переваг підприємства на засадах стратегічного маркетингу (на матеріалах ТОВ «АГРИНА ТРЕЙД»).

Кваліфікаційна робота магістра присвячена дослідженню теоретичних, методичних і практичних аспектів формування конкурентних переваг підприємства на засадах стратегічного маркетингу. Розглянуто теоретичні аспекти процесу формування конкурентних переваг підприємства. Здійснено аналіз маркетингового середовища та конкурентоспроможності ТОВ «АГРИНА ТРЕЙД». Розроблено комплекс маркетингових заходів, орієнтованих на підсилення конкурентних переваг досліджуваного підприємства на основі розробленої маркетингової стратегії.

Ключові слова: маркетингова діяльність, конкурентні переваги, конкурентоспроможність, підприємство, маркетингова стратегія.

ANNOTATION

Pikovska P.P. Formation of competitive advantages of the enterprise on the basis of strategic marketing (on the materials of LLC «AGRINA TRADE»).

The master's qualification work is devoted to the study of theoretical, methodical and practical aspects of the formation of competitive advantages of the enterprise on the basis of strategic marketing. The theoretical aspects of the process of formation of competitive advantages of the enterprise are considered. An analysis of the marketing environment and competitiveness of AGRINA TRADE LLC was carried out. A set of marketing measures aimed at strengthening the competitive advantages of the enterprise under study has been developed on the basis of the developed marketing strategy.

Key words: marketing activity, competitive advantages, competitiveness, enterprise, marketing strategy.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ	9
1.1. Сучасні концепції формування конкурентних переваг підприємства	9
1.2. Роль маркетингової стратегії у формуванні конкурентних переваг підприємства	19
1.3. Методичні підходи до оцінки конкурентних переваг підприємства	29
Висновки до розділу 1	45
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»	47
2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»	47
2.2. Оцінка маркетингового середовища підприємства	63
2.3. Аналіз конкурентного середовища та конкурентоспроможності підприємства	70
Висновки до розділу 2	76
РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ ЩОДО ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»	78
3.1. Напрями покращення конкурентної позиції підприємства на ринку	78
3.2. Розробка маркетингової стратегії формування конкурентних переваг ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»	82
3.3. Розрахунок впливу удосконалення маркетингової політики комунікацій на посилення конкурентних переваг підприємства	89
Висновки до розділу 3	94
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	96
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	99

ВСТУП

Забезпечення конкурентних переваг підприємства на ринку товарів та послуг формує для нього можливість бути першим, вчасно реагувати на зміни зовнішнього середовища, краще за своїх конкурентів пристосовуватися до впливу негативних факторів макросередовища. В умовах гострої конкуренції той, кому вдається отримати значні конкурентні переваги, зазвичай перемагає не стільки у конкурентів, скільки у споживачів. Жодна компанія не може існувати, якщо на її продукцію (послуги) немає попиту, так само як не може бути й мови про ринкові можливості, якщо немає конкурентних переваг. Головною ознакою конкурентних переваг компанії є її визнання на ринку та захист від впливу інших конкурентів.

Сучасна світова економіка вимагає від конкурентоспроможного підприємства використання нових підходів до формування системи стратегічного управління. Зокрема, виникає потреба у більш широкому застосуванні маркетингових інструментів управління підприємством та розробці маркетингових стратегій. З стрімким зростанням конкуренції на світовому ринку нагальним постає питання забезпечення належного рівня конкурентоспроможності підприємств. В умовах сьогодення, досягти лідируючих позицій на ринку можна не лише скоротивши виробничі затрати та підвищивши виробничу ефективність, а й застосовуючи маркетингову діяльність у роботі підприємства. Увага акцентується на формуванні маркетингової конкурентної стратегії, запровадження якої дало б змогу підвищити ефективність функціонування підприємства шляхом задоволення потреб споживачів. Оскільки орієнтація на споживача займає високі позиції при концентрації усіх ресурсів підприємств на обслуговування та задоволення потреб споживачів, які приносять прибуток, то виникає гостра необхідність у формуванні конкурентоспроможних маркетингових стратегій.

Питаннями особливостей формування конкурентних переваг займалися ряд науковців, серед яких варто виділити таких як Шевченко Л. С., Бакай В., Цвюк Д. Р., Лопес С., Лопес П., Колета К., Родрігес В., Безпарточний М. Г., Брітченко І.Г., Безпарточна О.С., Селезньова Г.О., Голобородько А., Кубишина Н., Туряниця В.В. тощо. Питання необхідності впровадження стратегій маркетингу у формуванні конкурентоспроможності підприємства розглядали у своїх працях І.А. Бланк, І.З. Должанський, О.М. Єрмолов, Н.М. Павлішина, А.М. Ужва та інші.

Метою кваліфікаційної роботи магістра є дослідження конкурентних переваг підприємства та розробка практичних рекомендацій щодо їх підсилення на засадах стратегічного маркетингу.

Відповідно до поставленої мети визначені наступні завдання:

- розглянути сучасні концепції формування конкурентних переваг підприємства;
- дослідити роль маркетингової стратегії у формуванні конкурентних переваг підприємства;
- визначити методичні підходи до оцінки конкурентних переваг підприємства;
- надати організаційно-економічну характеристику ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»;
- здійснити оцінку маркетингового середовища підприємства;
- здійснити аналіз конкурентного середовища та конкурентоспроможності підприємства;
- обґрунтувати напрями покращення конкурентної позиції підприємства на ринку;
- надати рекомендації щодо розробки маркетингової стратегії формування конкурентних переваг ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД».

Об'єктом дослідження є процеси формування конкурентних переваг ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і

практичних аспектів формування конкурентних переваг підприємства на засадах стратегічного маркетингу.

Теоретичною і методичною основою дослідження є законодавчі акти України, постанови уряду. У процесі написання кваліфікаційної роботи досліджені праці провідних українських і зарубіжних спеціалістів в галузі конкурентоспроможності підприємств.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативні документи, праці провідних вітчизняних та зарубіжних вчених з питань формування конкурентних переваг підприємства на засадах стратегічного маркетингу, першоджерела та інформація відкритої звітності підприємства ТОВ «АГРИНА ТРЕЙД», періодичні наукові видання, ресурси мережі Internet.

Під час виконання кваліфікаційної роботи використовувались наступні методи: систематизації й групування – при удосконаленні класифікації джерел формування конкурентних переваг; статистичних порівнянь – при аналізі показників діяльності досліджуваного підприємства; ситуаційного аналізу – при дослідженні ефективності провадження маркетингової діяльності досліджуваного підприємства; загальнонаукові методи аналізу, узагальнення та систематизації, розрахунково-аналітичні та графічний методи.

Теоретичні положення кваліфікаційної роботи магістра доведені до рівня конкретних методичних рекомендацій і можуть бути використані керівництвом ТОВ «АГРИНА ТРЕЙД» під час формування конкурентних переваг підприємства на засадах стратегічного маркетингу.

Результати дослідження щодо формування конкурентних переваг підприємства на засадах стратегічного маркетингу були апробовані на Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції «Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг» (28 листопада 2023 р. м. Хмельницький).

Кваліфікаційна робота магістра містить 29 таблиць, 11 рисунків, використано 58 джерел літератури. Обсяг роботи 104 сторінки.