

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ І ТУРИЗМУ

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему: «Управління розвитком маркетингового потенціалу підприємства  
(на матеріалах ТОВ «АГРИНА ТРЕЙД»)»

«Development management of the marketing potential of the enterprise  
(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»  
Червінко Д.А.  
(прізвище та ініціали здобувача)  
Керівник Глинська А.Є.  
(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

Червінко Дар'ї Анатоліївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Управління розвитком маркетингового потенціалу підприємства (на матеріалах ТОВ «АГРИНА ТРЕЙД»)»

керівник роботи Глинська Анастасія Євгенівна, 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 «АГРИНА ТРЕЙД» за період 2019–2022 рр.

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

1. Теоретичні засади розвитку маркетингового потенціалу підприємства

2. Діагностика маркетингового потенціалу ТОВ «АГРИНА ТРЕЙД»

3. Формування стратегії розвитку маркетингового потенціалу ТОВ «АГРИНА ТРЕЙД»

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)  
табл. 26 рис. 13 Наочний матеріал на 6 аркушах

## 6. Консультанти розділів роботи

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

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	25.01.2024	

Здобувач \_\_\_\_\_ Дар'я ЧЕРВІНКО  
(підпис) (ім'я прізвище)

Керівник роботи \_\_\_\_\_ Анастасія ГЛИНСЬКА  
(підпис) (ім'я прізвище)

## АНОТАЦІЯ

**Червінко Д.А. Управління розвитком маркетингового потенціалу підприємства (на матеріалах ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»).**

Кваліфікаційна робота магістра присвячена дослідженню теоретико-методичних та практичних аспектів розвитку маркетингового потенціалу підприємства. Розглянуто теоретичні аспекти управління маркетинговим потенціалом, досліджено підходи щодо його оцінки. Здійснено оцінку маркетингового потенціалу ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД». Надано практичні рекомендації щодо удосконалення управління розвитком маркетингового потенціалу досліджуваного підприємства.

*Ключові слова:* маркетингова діяльність, маркетинговий потенціал, розвиток, оцінка, управління, підприємство.

## ANNOTATION

**Chervinko D.A. Development management of the marketing potential of the enterprise (on the materials of LLC «AGRINA TRADE»).**

The master's thesis is devoted to the study of theoretical, methodological and practical aspects of the development of the marketing potential of the enterprise. Theoretical aspects of marketing potential management are considered, approaches to its assessment are investigated. The marketing potential of AGRINA TRADE LLC was evaluated. Practical recommendations are provided for improving the management of the development of the marketing potential of the enterprise under study.

*Key words:* marketing activity, marketing potential, development, assessment, management, enterprise.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>	6
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА</b>	9
1.1. Сутність та основні складові маркетингового потенціалу підприємства	9
1.2. Фактори розвитку маркетингового потенціалу підприємства	17
1.3. Методичні підходи до оцінки маркетингового потенціалу підприємства	29
Висновки до розділу 1	39
<b>РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»</b>	41
2.1. Загальна характеристика діяльності ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»	41
2.2. Аналіз маркетингового середовища підприємства	57
2.3. Оцінка ефективності управління маркетинговим потенціалом ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»	66
Висновки до розділу 2	72
<b>РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»</b>	74
3.1. Дослідження напрямків розвитку маркетингового потенціалу підприємства	74
3.2. Обґрунтування стратегії розвитку маркетингового потенціалу ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»	78
3.3. Розрахунок економічного ефекту від запропонованих заходів	83
Висновки до розділу 3	90
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ</b>	92
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	97
<b>ДОДАТКИ</b>	103

## ВСТУП

За умов високої динамічності конкурентного середовища виникає необхідність сталого розвитку підприємства на основі впровадження інноваційних методик менеджменту та маркетингу. Важливе значення для будь-якого підприємства набувають питання ефективності використання маркетингового потенціалу. Оскільки маркетинговий потенціал підприємства є одним з головних структурних елементів загального потенціалу, то актуальним і необхідним на сьогодні є стратегічне управління ним. Процес забезпечення ефективності використання маркетингового потенціалу підприємства потребує організованого планування стратегій розвитку маркетингового потенціалу. Це актуалізує необхідність виявлення стратегічних альтернатив розвитку маркетингового потенціалу, реалізація яких забезпечить конкурентоспроможність підприємства.

Оскільки маркетинговий потенціал визначається можливістю використання власних маркетингових ресурсів з урахуванням зовнішніх та внутрішніх чинників, особливої актуальності набуває їх конкретизація та систематизація задля підвищення сукупної ефективності функціонування економічних підсистем підприємства. А саме виявлення та оцінка чинників впливу на формування маркетингового потенціалу підприємства є важливим етапом планування стратегії його розвитку. У зв'язку з цим, зазначена проблема є об'єктом дослідження сучасних вчених, адже аналіз чинників впливу на маркетинговий потенціал є ключовим і важливим етапом розроблення всієї маркетингової стратегії підприємства. Процесом дослідження аспектів формування та розвитку маркетингового потенціалу підприємства займалися багато вчених, зокрема: С. В. Артеменко, Л. В. Балабанова, Л. В. Григор'єва, В. А. Гросул, Н. Рожко, Н. М. Тягунова, Ю. Г. Лисенко та інші.

Метою кваліфікаційної роботи магістра є дослідження стану маркетингового потенціалу підприємства та розробка практичних рекомендацій щодо його розвитку.

Відповідно до поставленої мети визначені наступні завдання:

- дослідити сутність та основні складові маркетингового потенціалу підприємства;
- розглянути фактори розвитку маркетингового потенціалу підприємства;
- визначити методичні підходи до оцінки маркетингового потенціалу підприємства;
- надати організаційно-економічну характеристику ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»;
- здійснити аналіз маркетингового середовища підприємства;
- здійснити оцінку ефективності управління маркетинговим потенціалом ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»;
- визначити напрямки розвитку маркетингового потенціалу підприємства;
- обґрунтувати стратегію розвитку маркетингового потенціалу ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»;
- здійснити розрахунок економічного ефекту від запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є процеси управління маркетинговим потенціалом ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних аспектів управління розвитком маркетинговим потенціалом підприємства.

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

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативні документи, монографії провідних вітчизняних вчених з питань управління маркетинговим потенціалом, а також використані дані електронних ресурсів мережі Інтернет, звітні дані щодо діяльності ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД».

У кваліфікаційній роботі використовувалися загальнонаукові методи досліджень, зокрема: для дослідження теоретичних засад розвитку маркетингового потенціалу підприємства використано методи узагальнення, аналізу та синтезу, комплексного дослідження; для з'ясування практичних аспектів аналізу маркетингового потенціалу підприємства ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД» використано математичні, розрахунково-аналітичні та статистичні методи, метод аналізу та синтезу, PEST- та SWOT-аналіз; для визначення основних напрямів зростання маркетингового потенціалу підприємства ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД» використані методи прогнозування та планування, розрахунково-аналітичні та статистичні методи.

Теоретичні положення кваліфікаційної роботи магістра доведені до рівня конкретних методичних рекомендацій і можуть бути використані керівництвом ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД» під час формування системи заходів щодо розвитку маркетингового потенціалу підприємства.

Результати дослідження щодо удосконалення управління розвитком маркетингового потенціалу підприємства 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 26 таблиць, 13 рисунків, використано 53 джерела літератури. Обсяг роботи 108 сторінок.