

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ І ТУРИЗМУ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи магістра

на тему «Формування маркетингової стратегії підприємства
(на матеріалах ТОВ «АГРИНА ТРЕЙД»)»

«Formation of the marketing strategy of the enterprise
(on the materials of LLC «AGRINA TRADE»)»

Виконала: студентка 2 курсу,
Групи 6МР
спеціальності 075 «Маркетинг»
(шифр і назва спеціальності)

Освітньо-професійна програма:
«Маркетинг»

Широка Ю.В.
(прізвище та ініціали студента)
Керівник _____
Набока Р.М.
(прізвище та ініціали)
Рецензент _____
Шатковський Д.Ю.
(прізвище та ініціали)

Херсон – 2020 р.

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

Кафедра менеджменту, маркетингу і туризму

Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о.завідувача кафедри

_____ к.е.н., доц. Набока Р.М.

«_____» _____ 2020 р.

З А В Д А Н Н Я НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Широкий Юлії Валеріївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Формування маркетингової стратегії підприємства (на матеріалах ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»)

керівник роботи к.е.н., доцент Набока Р. М.

(прізвище, ім'я, по батькові)

затверджені наказом закладу вищої освіти від 05.10.2020 р. № 549-с

2. Строк подання студентом роботи 05.12.2020 р.

3. Вихідні дані до роботи планові та звітні дані щодо діяльності ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД» за період 2018-2019 рр.

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

Вступ

1. Теоретичні засади формування маркетингової стратегії підприємства

2. Діагностика передумов формування маркетингової стратегії ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»

3. Розробка рекомендацій щодо формування маркетингової стратегії ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»

Спецчастина: охорона праці

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

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

Ілюстративні матеріали на 6 сторінках

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Консультант з охорони праці	Кузнецов С.І., к.т.н., доцент		
Консультант з використання ПЕОМ	Набока Р.М., к.е.н., доцент		
Консультант з нормоконтролю	Пацай Т.В., ст. викл.		

7. Дата видачі завдання 05.10.2020 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Робота над теоретико-методичним розділом	до 15 жовтня 2020 року	Викон.
2.	Збір матеріалів для написання кваліфікаційної роботи магістра	до 30 жовтня 2020 року	Викон.
3.	Робота над дослідницько-аналітичним розділом	до 15 листопада 2020 року	Викон.
4.	Робота над проектно-рекомендаційним розділом	до 25 листопада 2020 року	Викон.
5.	Робота над висновками і пропозиціями	до 30 листопада 2020 року	Викон.
6.	Представлення завершеної роботи керівнику	до 01 грудня 2020 року	Викон.
7.	Отримання відзиву та рецензії	до 03 грудня 2020 року	Викон.
8.	Подання завершеної роботи для перевірки на плагіат	до 05 грудня 2020 року	Викон.
9.	Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи магістра	до 18 грудня 2020 року	Викон.

Студент _____ Широка Ю.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Набока Р.М.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Широка Ю.В. Формування маркетингової стратегії підприємства (на матеріалах ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»).

Магістерська кваліфікаційна робота присвячена дослідженню теоретико-методичних та практичних аспектів формування маркетингової стратегії підприємства. Розглянуто теоретичні засади маркетингових стратегій, досліджено процес їх формування. Здійснено оцінку маркетингової діяльності ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД». Надано практичні рекомендації щодо формування маркетингової стратегії досліджуваного підприємства.

Ключові слова: стратегія, маркетингова стратегія, маркетингова діяльність, ринок, підприємство.

ANNOTATION

Shyroka Yu.V. «Formation of the marketing strategy of the enterprise (on the materials of LLC «AGRINA TRADE»)»

The master's qualification work is devoted to research of theoretical-methodical and practical aspects of formation of marketing strategy of the enterprise. Theoretical principles of marketing strategies are considered, the process of their formation is investigated. The marketing activity of AGRINA TRADE LLC was evaluated. Practical recommendations for the formation of marketing strategy of the researched enterprise are given.

Key words: strategy, marketing strategy, marketing activity, market, enterprise.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1. Сутність та класифікація маркетингових стратегій підприємства	9
1.2. Процес формування маркетингової стратегії підприємства	18
1.3. Особливості формування маркетингових стратегій агропромислових підприємств	32
Висновки до розділу 1	40
РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА ПЕРЕДУМОВ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»	42
2.1. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку сільськогосподарської техніки	42
2.2. Характеристика підприємства ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД» та аналіз його головних техніко-економічних показників	52
2.3. Оцінка маркетингової діяльності підприємства з використанням ПЕОМ	63
Висновки до розділу 2	72
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»	74
3.1. Напрямки удосконалення маркетингової діяльності підприємства	74
3.2. Обґрунтування вибору маркетингової стратегії ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»	82
3.3. Економічна ефективність обраної маркетингової стратегії підприємства	89
Висновки до розділу 3	93
СПЕЦЧАСТИНА: ОХОРОНА ПРАЦІ	95
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	104
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	109