

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ І ТУРИЗМУ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи магістра

на тему «Удосконалення управління маркетинговим потенціалом підприємства (на матеріалах ТОВ «АГРИНА ТРЕЙД»)»

«Improvement of the marketing potential management of the enterprise (on the materials of LLC «AGRINA TRADE»)»

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

Освітньо-професійна програма:
«Маркетинг»

_____ Хруслова Ю.С. _____
(прізвище та ініціали студента)

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

Рецензент _____ Шатковський Д.Ю. _____
(прізвище та ініціали)

Херсон – 2021 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.

« _____ » _____ 2021 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Хрусловій Юлії Сергіївні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Удосконалення управління маркетинговим потенціалом 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 11.10.2021 р. № 509-с

2. Строк подання студентом роботи 20.12.2021 р.

3. Вихідні дані до роботи планові та звітні дані щодо діяльності ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД» за період 2019-2020 рр.

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

Вступ

1. Теоретичні аспекти управління маркетинговим потенціалом підприємства

2. Аналіз системи управління маркетинговим потенціалом ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»

3. Обґрунтування заходів щодо удосконалення управління маркетинговим потенціалом ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»

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 використання ПЕОМ	Набока Р.М., к.е.н., доцент		
Консультант з нормоконтролю	Пацай Т.В., ст. викл.		

7. Дата видачі завдання 11.10.2021 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Робота над теоретико-методичним розділом	до 20 жовтня 2021 року	Викон.
2.	Збір матеріалів для написання кваліфікаційної роботи магістра	до 30 жовтня 2021 року	Викон.
3.	Робота над дослідницько-аналітичним розділом	до 15 листопада 2021 року	Викон.
4.	Робота над проектно-рекомендаційним розділом	до 25 листопада 2021 року	Викон.
5.	Робота над висновками і пропозиціями	до 30 листопада 2021 року	Викон.
6.	Представлення завершеної роботи керівнику	до 01 грудня 2021 року	Викон.
7.	Отримання відзиву та рецензії	до 03 грудня 2021 року	Викон.
8.	Подання завершеної роботи для перевірки на плагіат	до 05 грудня 2021 року	Викон.
9.	Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи магістра	до 17 грудня 2021 року	Викон.

Студент _____ Хруськова Ю.С.
(підпис) (прізвище та ініціали)

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

АНОТАЦІЯ

Хруслова Ю.С. Удосконалення управління маркетинговим потенціалом підприємства (на матеріалах ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»).

Магістерська кваліфікаційна робота присвячена дослідженню теоретико-методичних та практичних аспектів удосконалення управління маркетинговим потенціалом підприємства. Розглянуто теоретичні управління маркетинговим потенціалом, досліджено підходи щодо його оцінки. Здійснено аналіз системи управління маркетинговим потенціалом на ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД». Надано практичні рекомендації щодо удосконалення управління маркетинговим потенціалом досліджуваного підприємства.

Ключові слова: маркетинговий потенціал, маркетингові ресурси, зовнішні можливості, оцінка, управління, підприємство.

ANNOTATION

Khruslova Yu.S. Improvement of the marketing potential management of the enterprise (on the materials of LLC «AGRINA TRADE»).

The master's qualification work is devoted to the study of theoretical and methodological and practical aspects of improving the management of marketing potential of the enterprise. Theoretical management of marketing potential is considered, approaches to its estimation are investigated. The analysis of the marketing potential management system of LLC «AGRINA TRADE» was carried out. Practical recommendations for improving the management of marketing potential of the researched enterprise are given.

Key words: marketing potential, marketing resources, external opportunities, evaluation, management, enterprise.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1. Сутність маркетингового потенціалу та його місце у складі економічного потенціалу підприємства	9
1.2. Структура маркетингового потенціалу підприємства	19
1.3. Методичні підходи до оцінки маркетингового потенціалу підприємства	32
Висновки до розділу 1	41
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»	43
2.1. Загальна характеристика діяльності ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»	43
2.2. Аналіз зовнішнього середовища та маркетингової діяльності підприємства	52
2.3. Оцінка ефективності управління маркетинговим потенціалом ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД» з використанням ПЕОМ	61
Висновки до розділу 2	67
РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»	69
3.1. Напрямки удосконалення управління маркетинговим потенціалом ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»	69
3.2. Рекомендації щодо підвищення використання комунікаційного потенціалу підприємства	74
3.3. Обґрунтування дієвості заходів щодо удосконалення управління маркетинговим потенціалом ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»	81
Висновки до розділу 3	85
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	92

ВСТУП

Маркетингова діяльність є невід'ємною складовою діяльності підприємств різних сфер, форм господарювання та розмірів. Сьогодні ефективна маркетингова діяльність – найдієвіший інструментів розвитку підприємства, збільшення рівня його прибутковості та конкурентоспроможності. Інтерес до маркетингу пов'язаний з тими можливостями, які дає використання даної концепції на підприємстві, а саме: вивчення впливу зовнішнього середовища, контроль над ключовими індикаторами успішності діяльності підприємств, що охоплює основні елементи комплексу маркетингу та об'єднує їх в єдину систему, а також побудова довгострокових взаємин зі споживачами та цільовою аудиторією.

Результативність діяльності підприємства насамперед залежить від стійкої ринкової позиції, своєчасного задоволення потреб споживачів, а також від адаптації до мінливих зовнішніх умов функціонування, тому сьогодні гостро постає питання щодо обов'язковості застосування маркетингової парадигми як базової концепції управління. Адже, саме ефективна маркетингова діяльність – це один з найдієвіших інструментів розвитку підприємства, збільшення рівня його прибутковості та конкурентоспроможності.

У цьому контексті важливе місце належить маркетинговому потенціалу як невід'ємній частині загального потенціалу підприємства, що відповідає за забезпечення його постійної конкурентоспроможності та визначає найважливіші ресурси і компетенції для задоволення потреб споживачів, а також підвищує вартість підприємства на ринку та диктує стратегічні напрями його розвитку.

Питанням визначення сутності маркетингового потенціалу підприємства, його оцінювання присвячено праці таких вчених: Л.В. Балабанової, Р.В. Мажинського, Л.О. Української, В.П. Яхкінд, Л.А.

Мороза, Т.В. Лебідь, Е.В. Попова, О.М. Колеснік, К.М. Лисенко, Н.П. Скригун, С.В. Безфамільної, Т.О. Адєєва, О.П. Костенко, Л.В. Потрашкової, А.П. Родіонової, А.І. Шацького та інших.

Метою кваліфікаційної роботи магістра є дослідження управління маркетинговим потенціалом підприємства та розробка практичних рекомендацій щодо його удосконалення.

Відповідно до поставленої мети визначені наступні завдання:

- розкрити сутність маркетингового потенціалу підприємства та його місце у складі економічного потенціалу підприємства;
- дослідити структуру маркетингового потенціалу підприємства;
- визначити методичні підходи до оцінки маркетингового потенціалу підприємства;
- надати загальну характеристику діяльності ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»;
- здійснити аналіз зовнішнього середовища та маркетингової діяльності підприємства;
- здійснити оцінку ефективності управління маркетинговим потенціалом ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД» з використанням ПЕОМ;
- сформулювати напрямки удосконалення управління маркетинговим потенціалом ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД»;
- надати рекомендації щодо підвищення використання комунікаційного потенціалу підприємства;
- обґрунтувати дієвість заходів щодо удосконалення управління маркетинговим потенціалом ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД».

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

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних аспектів управління 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».

Під час виконання кваліфікаційної роботи використовувались загальнонаукові методи аналізу, узагальнення та систематизації, системний і комплексний аналіз; розрахунково-аналітичні та порівняльні 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 удосконалення управління маркетинговим потенціалом підприємства.

Результати дослідження були апробовані на Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції молодих учених та студентів «Інструменти забезпечення економічної ефективності підприємств: соціальний аспект», яка відбулась 19 листопада 2021 року.

Кваліфікаційна робота магістра містить 25 таблиць, 5 рисунків, використано 52 джерела літератури. Обсяг роботи 96 сторінок.