

**ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ**

Освітньо-професійна програма Менеджмент організацій
Спеціальність 073 Менеджмент
Ступінь вищої освіти Магістр

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри _____

д.е.н., професор Писаренко В.В.

03 грудня 2018 року

МАГІСТЕРСЬКА ДИПЛОМНА РОБОТА

на тему: **«Розвиток системи управління маркетинговою діяльністю в
підприємстві»**

**(на матеріалах виробничого сільськогосподарського кооперативу
«Злагода» Полтавського району)**

виконала здобувач вищої освіти денної форми навчання

Брагінець Дарія Василівна

Керівник магістерської дипломної роботи,
к. е. н., доцент

Даниленко В.І.

Полтава – 2018 року

**ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ**

Брагінець Дарія Василівна

**РОЗВИТОК СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ
ДІЯЛЬНІСТЮ В ПІДПРИЄМСТВІ**

Освітньо-професійна програма Менеджмент організацій
Спеціальність 073 Менеджмент
Ступінь вищої освіти «Магістр»

РЕФЕРАТ
магістерської дипломної роботи на здобуття кваліфікації – Магістр
менеджменту

ПОЛТАВА – 2018

Магістерська дипломна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків і пропозицій, списку використаних літературних джерел і додатків.

Робота виконана на 122 сторінках комп'ютерного тексту, з яких основна частина на 113 сторінках, містить 51 таблицю, 11 рисунків та 5 додатків. Список використаних літературних джерел містить 82 найменування.

Основний зміст роботи

У першому розділі «Теоретико-методологічні основи розвитку системи управління маркетинговою діяльністю сільськогосподарських підприємств» обґрунтована сутність маркетингової діяльності у сільськогосподарських підприємствах, методологія стратегічного забезпечення конкурентоспроможності підприємств, роль аналізу та контролю маркетингової діяльності, складові системи маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств, особливості управління маркетинговою діяльністю підприємств в Україні.

У другому розділі «Сучасний стан управління маркетинговою діяльністю підприємства» проаналізовано сучасний стан системи управління маркетинговими заходами підприємства, результативність функціонування системи управління конкурентоспроможністю підприємства.

У третьому розділі «Стратегічні напрями розвитку системи управління маркетинговою діяльністю підприємства» обґрунтовані основні стратегічні напрями планування маркетингових заходів, виробництва основної продукції та сформовано стратегію розвитку підприємства.

Висновки

1. Управління маркетинговою діяльністю – це діяльність усередині підприємства, спрямована на ринкове середовище, яке базується на застосуванні інформаційних технологій, встановлення постійної комунікації зі споживачем, що дають можливість підвищувати адаптивність маркетингових інструментів відповідно до потреб ринку, а також сприятиме досягненню цілей маркетингової діяльності підприємства.

2. Управління маркетинговою діяльністю визначає якісний склад комплексу маркетингу, через який підприємство здійснює маркетинговий вплив на споживача, створює сприятливе внутрішнє середовище, має на меті доведення до керівництва і персоналу цінностей підприємства і його маркетингових цілей, найкращого задоволення потреб споживачів і збільшення клієнтської бази підприємства.

3. Протягом аналізованого періоду у ВСК «Злагода» розроблялась виробнича програма випуску продукції галузі рослинництва і тваринництва. Фактичний випуск продукції не завжди відповідав плановому, але відхилення було незначним. Валова продукція підприємства в постійних цінах 2010 року у 2017 році становила 30 млн. грн, що на 2,8 млн. грн (10,3 %) більше порівняно з 2013 роком. Збільшився валовий дохід на 45 млн. грн (69 %), прибуток зріс на 900 тис.грн і становив 2,7 млн.грн А от рівень рентабельності з 7,6 % знизився до 4 % у звітному році.

5. Оцінка стану маркетингової діяльності ВСК «Злагода» показує, що середньорайонні показники нищі, тобто у середньому по сільськогосподарських підприємствах району рівень маркетингу нищий порівнюючи з ВСК «Злагода». Якщо діяльність підприємства характеризувати певною концепцією маркетингу, то це – продуктова концепція маркетингу: надають перевагу якості товару. Згідно з даним твердженням, головне завдання ВСК «Злагода» полягає в постійному удосконаленні якості продукції.

4. Для оцінки конкурентоспроможності підприємства проведено: SWOT-аналіз ВСК «Злагода»; побудовано багатокутник конкурентоспроможності ВСК «Злагода», конкурента 1 – СТОВ «Василівське», конкурента 2 – СТОВ «Грін Капітал»; розраховано бальну оцінку та здійснено аналіз ринкової позиції. За всіма проведеними методами СТОВ «Василівське», СТОВ «Грін Капітал» та ВСК «Злагода» мають нижчий рівень конкурентоспроможності по відношенню до середнього рівня господарської діяльності підприємств Полтавського району. Найсильнішим серед аналізованих підприємств є ВСК «Злагода».

5. Визначено цілі стратегії маркетингу зростання (розвитку): першою ціллю буде: створення відділу маркетингу та проведення повномасштабного аналізу споживчого ринку в Полтавській області. Друга ціль: розширення існуючих ринків збуту продукції підприємства щорічно на 1-2% та захоплення нових ринків. Третя ціль: капіталізація 10% щорічного прибутку галузі тваринництва з метою переобладнання та підвищення автоматизації робочих процесів. Четверта ціль: проведення робіт по сортооновленню. П'ята ціль: впровадження ресурсощадних технологій виробництва продукції рослинництва та тваринництва. Кожна із запропонованих цілей сприятиме забезпеченню мети підприємства, і може бути представлена за напрямками діяльності.

6. Запропоновано для покращення управління маркетинговою діяльністю підприємства ліквідовувати слабкі сторони підприємства, зокрема: у 2017 році по кукурудзі на зерно підприємство отримало збиток 8 %. Планові показники виробництва кукурудзи на зерно отримати урожайність на рівні– 100 ц/га. Виробнича собівартість знизиться лише на 5 % за рахунок ефекту масштабу, ціна зросте на 20 %, а прибуток зросте майже на 4 млн.грн і рівень рентабельності зросте на 24,2% і буде становити 16,21 %.

7. Після впровадження стратегії маркетингу зростання (розвитку), удосконалення організаційної структури, введення посади маркетолога, удосконалення каналів реалізації продукції, удосконалення рекламно-інформаційної діяльності - сукупне зростання виручки від реалізації у 2019 р. становитиме – 13 млн.грн. Прогнозна виручка від реалізації у 2019 р. складе 85млн.грн.

Список публікацій здобувача

1. Брагінець Д. В. Маркетинг в аграрному секторі економіки / Матеріали науково-практичної інтернет-конференції, 17 квітня 2018 р. – ПДАА, 2018. – С.38-39

2. Брагінець Д. В. Теоретичні аспекти маркетингової діяльності підприємства / Матеріали студентської наукової конференції Полтавської державної аграрної академії, 25-26 квітня 2018 р. Том I. – Полтава: РВВ ПДАА, 2018. – С.31-33

АНОТАЦІЯ

Брагінець Д. В. Розвиток системи управління маркетинговою діяльністю в підприємстві – Рукопис.

Магістерська дипломна робота на здобуття ступеня вищої освіти Магістр освітньо-професійної програми Менеджмент організацій спеціальності 073 Менеджмент. – Полтавська державна аграрна академія, Полтава, 2018.

Магістерська робота присвячена дослідженню теоретичних і методичних основ управління маркетинговою діяльністю, обґрунтування використання виробничих ресурсів у сільськогосподарських підприємствах, обґрунтування пропозицій щодо організації маркетингових досліджень в аграрному секторі, розробці підходів щодо формування стратегії маркетингу, обґрунтування заходів щодо підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства.

На основі проведених досліджень у роботі зроблені загально-методичні висновки та теоретичні узагальнення являють собою певний внесок у подальшу розробку шляхів формування маркетингової стратегії підвищення ефективності регіону.

Ключові слова: маркетинг, аграрний маркетинг, управління маркетинговою діяльністю, система маркетингу, маркетингова стратегія.

АННОТАЦИЯ

Брагинец Д. В. Развитие системы управления маркетинговой деятельностью на предприятии - Рукопись.

Магистерская дипломная работа на соискание степени высшего образования Магистр образовательно-профессиональной программы Менеджмент организаций специальности 073 Менеджмент. - Полтавская государственная аграрная академия, Полтава, 2018.

Магистерская работа посвящена исследованию теоретических и методических основ управления маркетинговой деятельностью, обоснование использования производственных ресурсов в сельскохозяйственных предприятиях, обоснование предложений по организации маркетинговых исследований в аграрном секторе, разработке подходов по формированию стратегии маркетинга, обоснование мероприятий по повышению эффективности управления маркетинговой деятельностью предприятия.

На основе проведенных исследований в работе сделаны в-методические выводы и теоретические обобщения представляют собой определенный вклад в дальнейшую разработку путей формирования маркетинговой стратегии повышения эффективности региона.

Ключевые слова: маркетинг, аграрный маркетинг, управление маркетинговой деятельностью, система маркетинга, маркетинговая стратегия.