

**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: **«Формування та реалізація стратегії управління маркетинговою діяльністю підприємства»**

(на матеріалах ТОВ «АФ «ім. Довженка» Шишацького району)

виконав здобувач вищої освіти денної форми навчання

Касяненко Сергій Миколайович

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

Даниленко В.І.

Полтава – 2018 року

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

Касяненко Сергій Миколайович

**ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ
МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

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 111 сторінках комп'ютерного тексту, з яких основна частина на 103 сторінках, містить 32 таблиці, 7 рисунків та 5 додатків. Список використаних літературних джерел містить 70 найменувань.

Основний зміст роботи

У першому розділі «Теоретико-методологічні основи стратегії управління маркетинговою діяльністю підприємства» обґрунтована сутність маркетингової діяльності у сільськогосподарських підприємствах, методологія стратегічного забезпечення конкурентоспроможності; визначено особливості маркетингових стратегій підприємств аграрної сфери та особливості управління маркетинговою діяльністю підприємств в Україні.

У другому розділі «Аналіз стратегії управління маркетинговою діяльністю підприємства» проаналізовано сучасний стан системи управління маркетинговими заходами підприємства, результативність функціонування системи стратегічного управління в аграрному підприємстві та маркетингової стратегії.

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

Висновки

1. Маркетингова стратегія підприємства відіграє одну з вирішальних ролей у формуванні його взаємозв'язків зі споживачами, від ефективності яких залежать обсяги реалізації, прибутки і, як результат, – фінансовий стан підприємства. Вдало обрана і вміло реалізована маркетингова стратегія надає підприємству переваги, що проявляються у підвищенні конкурентоздатності підприємства і його продукції, зниженні чутливості споживачів до ціни, а також спрощенні доступу до фінансових, інформаційних, трудових та інших ресурсів.

2. Сучасний стан управління маркетинговою діяльністю у ТОВ «АФ «ім. Довженка», характеризується низкою проблем, які потребують негайного вирішення та полягають у: необхідності постійного моніторингу конкурентів; постійній потребі вдосконалення та підвищення якості продукції; розробці нового асортименту товарів і вдосконаленні вже існуючих; потребі у вивченні та діяльності нових сегментів ринку; підвищенні ефективності рекламної діяльності та просуванні товарів; постійному розвитку і розширенні каналів розподілу; необхідності володіння маркетинговою інформацією щодо основних чинників, які визначають комерційний успіх нашого підприємства.

2. Нині ТОВ «АФ «ім. Довженка» зосереджує увагу на стратегічному плануванні прибутку. Економісти визначають цільову суму прибутку відповідно до стратегічних цілей і завдань підприємства з урахуванням його стадії життєвого циклу; здійснюють стратегічний аналіз управління

прибутком на засадах моніторингу прибутковості підприємства та обґрунтування планів і програм дій на основі оцінювання стратегічних альтернатив.

3. Пропонується ТОВ «АФ «ім. Довженка» зосереджує увагу на формуванні та реалізації стратегій інтеграції – злиття, франчайзинг. Важливого значення набуває необхідність створення служби маркетингу на підприємстві, основними завданнями якої має бути: комплексне вивчення ринку і перспектив його розвитку, пристосування виробництва до вимог споживача; вивчення діяльності конкурентів, стратегії і тактики їхнього впливу на покупців (реклама, цінова політика, інші методи конкурентної боротьби); чітка організація виробництва, залучення до неї науково-дослідних установ.

4. Пропонується ввести відділ маркетингу (2 особи): будуть проводитися маркетингові дослідження, збільшиться збут продукції і з'являться нові споживачі. Сума у розмірі 33500 грн. необхідна для того щоб проект був реалізований у 2019 р. За рахунок підвищення якості продукції та зміни структури товарної продукції, збільшиться збут продукції і підприємство зможе збільшити валовий дохід на 22,4 млн.грн.

5. Удосконалення механізму управління взаємовідносин із покупцями та впровадження комп'ютерної програми у ТОВ «АФ «ім. Довженка» дозволить у 2019 р. збільшити суму виручки на 212 тис. грн, а відсоток постійних клієнтів – на 6% порівняно із відповідним періодом 2017 р. Прибуток ТОВ «АФ «ім. Довженка» планується збільшити на 31 % і становитиме 276,8 млн.грн.

Список публікацій здобувача

1. Касяненко С.М. Теоретичних основи управління маркетинговою діяльністю в аграрному секторі економіки / Матеріали науково-практичної інтернет-конференції, 17 квітня 2018 р. – ПДАА, 2018. – С.38-39

2. Касяненко С.М. 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

Касяненко С.М. Формування та реалізація стратегії управління маркетинговою діяльністю підприємства – 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 стратегічного управління в аграрному підприємстві, розробці підходів щодо

формування стратегії маркетингу, обґрунтування заходів щодо підвищення ефективності управління маркетинговою стратегією підприємства.

На основі проведених досліджень у роботі зроблені загально-методичні висновки та теоретичні узагальнення являють собою певний внесок у подальшу розробку та реалізацію маркетингової стратегії підприємства.

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

АННОТАЦИЯ

Касьяненко С.М. Формирование и реализация стратегии управления маркетинговой деятельностью предприятия - 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, обоснования стратегического управления в аграрном предприятии, разработке подходов по формированию стратегии маркетинга, обоснование мероприятий по повышению эффективности управления маркетинговой стратегией предприятия.

На основе проведенных исследований в работе сделаны в-методические выводы и теоретические обобщения представляют собой определенный вклад в дальнейшую разработку и реализацию маркетинговой стратегии предприятия.

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

ANNOTATION

Kasyanenko SM Formation and realization of the strategy of management of marketing activity of the enterprise - Manuscript.

Master's Degree Work for Higher Education Master of Educational-Professional Program Management of Specialty Organizations 073 Management. - Poltava State Agrarian Academy, Poltava, 2018.

The master's work is devoted to the research of theoretical and methodological foundations of marketing activity management, the justification of strategic management in the agrarian enterprise, the development of approaches to the formation of a marketing strategy, the justification of measures to improve the management effectiveness of the marketing strategy of the enterprise.

On the basis of the research carried out, the general methodological conclusions and theoretical generalizations made are a definite contribution to the further development and implementation of the marketing strategy of the enterprise.

Key words: marketing, agrarian marketing, management of marketing

activity, marketing system, marketing strategy.