

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

Освітньо-професійна програма Економіка підприємства
Спеціальність 051 Економіка
Ступінь вищої освіти Магістр

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри _____
д.е.н., професор Писаренко В.В.
21 вересня 2018 року

**МАГІСТЕРСЬКА ДИПЛОМНА
РОБОТА**

на тему: **«Маркетингові аспекти підвищення конкурентоспроможності
підприємства»**
(на матеріалах виробничого сільськогосподарського кооперативу «Злагода»
Полтавського району)

виконав здобувач вищої освіти денної форми навчання

Довгаль Сергій Вікторович

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

Хурдей В.Д.

Полтава – 2018 року

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

Довгаль Сергій Вікторович

**МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Освітньо-професійна програма Економіка підприємства
Спеціальність 051 Економіка
Ступінь вищої освіти Магістр

РЕФЕРАТ

магістерської дипломної роботи на здобуття кваліфікації –
«Магістр економіки»

ПОЛТАВА – 2018

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

Робота виконана на 128 сторінках комп'ютерного тексту, з яких основна частина на 112 сторінках, містить 44 таблиці, 11 рисунків та 3 додатки. Список використаних літературних джерел містить 68 найменувань.

Основний зміст роботи

У першому розділі «Теоретичне обґрунтування маркетингового забезпечення конкурентоспроможності підприємства» обґрунтована сутність конкурентоспроможності підприємства та об'єктивна необхідність її підвищення, особливості маркетингових факторів формування конкурентоспроможності підприємства, методика визначення рівня конкурентоспроможності підприємства та його продукції.

У другому розділі «Оцінка досягнутого рівня конкурентоспроможності підприємства» проаналізовано сучасний рівень та ефективність маркетингової діяльності в даному підприємстві, цінова конкурентоспроможність, якість продукції, конкурентоспроможність систем збуту, реклами, сервісу.

У третьому розділі «Маркетингові напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства» обґрунтовані напрями забезпечення та зміцнення конкурентних переваг у галузі рослинництва, напрями забезпечення та зміцнення конкурентних переваг у галузі тваринництва, цільових характеристик маркетингової стратегії розвитку підприємства.

Висновки

Загальні проблеми, притаманні агропромисловому комплексу України звичайно мають місце і у виробничому сільськогосподарському кооперативі «Злагода», яке функціонує в загальному економічному середовищі. Але кооператив має свої резерви у підвищенні рівня конкурентоспроможності продукції і підприємства та удосконалення виробничо-комерційної діяльності.

В ході аналізу виробничо-комерційної діяльності в ВСК «Злагода» ми з'ясували:

1. Підприємство для ефективного формування і реалізації виробничої програми має досить якісну матеріально-технічну базу, в достатній мірі забезпечене виробничими засобами, має молочно-зерновий напрям виробництва продукції з розвинутим вирощуванням технічних культур.

2. Виробничий сільськогосподарський кооператив «Злагода» має площу сільськогосподарських угідь 3975 га, у тому числі площа ріллі 3975 га, 230 осіб працівників

3. Виробництво у ВСК «Злагода» є рентабельним. Так у 2017 р. рівень рентабельності по господарству становив 10,4 % (для даного підприємства це низкий рівень рентабельності), тобто ресурсний потенціал використовується не ефективно.

4. Оцінка рівня конкурентоспроможності ВСК «Злагода» показала, що серед обраних сільськогосподарських підприємств району (СТОВ «Аграрник-LTD», ВСК «Злагода», СТОВ «Мачухи») ВСК «Злагода» займає 2-ге місце. ВСК «Злагода» має невикористані можливості і якщо підприємству вдасться

підвищити якість продукції та налагодити цінову політику підприємства, то зможе вийти на нові, кращі ринки із своєю продукцією і завоювати увагу покупців, що забезпечить підвищення конкурентоспроможності підприємства.

На основі зроблених висновків для підвищення конкурентоспроможності підприємства запропоновано:

1. Оптимізувати посівну площу основних сільськогосподарських культур за рахунок чого підприємство зможе збільшити валовий прибуток на 2 млн.грн. або на 43,2 %.

2. Удосконалити технології вирощування сільськогосподарських культур (зернових, соняшника) за рахунок чого прибуток галузі рослинництва зросте і становитиме 8,5 млн. грн, рентабельність галузі рослинництва зросте на 25,1 % і становитиме 25,8 %.

3. Впровадити біржову торгівлю за рахунок чого можна не тільки гарантувати реалізацію, але і збільшити прибуток на 1,1 млн. грн.

4. Удосконалити цінову політику підприємства за рахунок чого ціна реалізації м'яса худоби у живій вазі зросте на 20 % і становитиме 1712 грн/ц; ціна молока зросте на 15 % і становитиме 707 грн/ц. Підприємство застосує маркетингові підходи при реалізації продукції і донесе до споживачів інформацію про якість продукції підприємства.

5. Забезпечити розвиток галузі тваринництва за рахунок чого збитковість галузі у 2019 році становитиме 5,8 %, що на 15,5 % менше, ніж у 2017 році.

6. Обґрунтувати і впровадити стратегію зростання за рахунок чого рівень рентабельності підприємства зросте на 15,2 % і становитиме 19,2 %.

Список публікацій здобувача

1. Довгаль С.В. Маркетинг в аграрному секторі економіки. / Матеріали науково-практичної інтернет-конференції 17 квітня 2018 р. – ПДАА, 2018. – С.49-50
2. Довгаль С.В. Особливості маркетингових факторів формування конкурентоспроможності підприємства/ Матеріали студентської наукової конференції Полтавської державної аграрної академії, 25-26 квітня 2018 р. Том I. – Полтава: РВВ ПДАА, 2018. – С.55-57

АНОТАЦІЯ

Довгаль С.В. Маркетингові аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємства (на матеріалах ВСК «Злагода» Полтавського району). – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Магістерська дипломна робота на здобуття ступеня вищої освіти Магістр освітньо-професійної програми Економіка підприємства спеціальності 051 Економіка. – Полтавська державна аграрна академія, Полтава, 2018.

Досліджено теоретичні і методичні основи забезпечення конкурентоспроможності підприємства, рівень конкурентоспроможності підприємства, ефективність господарювання, показники виробництва і збуту продукції.

Обґрунтовано використання виробничих ресурсів у сільськогосподарських підприємствах, пропозицій щодо організації маркетингових досліджень в аграрному секторі, заходи щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності аграрних підприємств.

Ключові слова: маркетинг, аграрний маркетинг, маркетингові дослідження, конкурентоспроможність, маркетинговий комплекс, маркетинговий план, маркетингова стратегія.

АННОТАЦИЯ

Довгаль С.В. Маркетинговые аспекты повышения конкурентоспособности предприятия (на примере ПСК «Злагода» Полтавского района). - Квалификационная работа на правах рукописи.

Магистерская дипломная работа на соискание степени высшего образования Магистр образовательно-профессиональной программы Экономика предприятия специальности 051 Экономика. - Полтавская государственная аграрная академия, Полтава, 2018.

Исследованы теоретические и методические основы обеспечения конкурентоспособности предприятия, уровень конкурентоспособности предприятия, эффективность хозяйствования, показатели производства и сбыта продукции.

Обосновано использование производственных ресурсов в сельскохозяйственных предприятиях, предложений по организации маркетинговых исследований в аграрном секторе, меры по повышению эффективности маркетинговой деятельности аграрных предприятий.

Ключевые слова: маркетинг, аграрный маркетинг, маркетинговые исследования, конкурентоспособность, маркетинговый комплекс, маркетинговый план, маркетинговая стратегия.

ABSTRACT

Dovgal S.V. Marketing aspects of increasing the competitiveness of the enterprise (on the materials of VSK "Zlagoda" of Poltava district). - Qualification work on the rights of the manuscript.

Master's Degree Work for Higher Education Master of Educational-Professional Program Economics of Enterprise Specialty 051 Economics. - Poltava State Agrarian Academy, Poltava, 2018.

The theoretical and methodological foundations of ensuring the competitiveness of the enterprise, the level of competitiveness of the enterprise, the efficiency of management, indicators of production and sales of products are researched.

The application of inputs in agricultural enterprises, proposals for the organization of marketing research in the agricultural sector, measures to improve the effectiveness of marketing activities of agricultural enterprises.

Key words: marketing, agrarian marketing, marketing research, competitiveness, marketing complex, marketing plan, marketing strategy.