

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра маркетингу

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня магістра**  
**зі спеціальності 075 Маркетинг**  
за освітньою програмою Маркетинг та міжнародна логістика

на тему: «Маркетингова діяльність аграрних підприємств на ринку  
України (на прикладі РАВК «ЯЛПУГ»)»

**Виконавець:**

Студент ФМЕ

Бальжик Інна Григоріївна

\_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник:**

д.е.н., проф.

Литовченко Ірина Львівна

\_\_\_\_\_  
/підпис/

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** У сучасних ринкових умовах розвитку підприємництва та модернізації економіки, істотно змінюється зміст організаційних, управлінських і соціально-економічних відносин в сфері послуг. З одного боку, розвиток конкуренції, ринкових відносин дає імпульс до розширення різних сфер бізнесу, з іншого - розвиток ринкових відносин вимагає постійного вдосконалення стратегічного маркетингового управління, орієнтованого на створення конкурентної позиції організації на ринку.

Формування маркетингу організації є найважливішим фактором зміцнення конкурентних позицій, сприяє її успішної діяльності в довгостроковій перспективі, підкреслює компетентність менеджменту, сприяє популярності. Це полегшує розпізнавання продукції / послуги організації на ринку і відображається на рівні продажів.

Таким чином, проблема формування і розвиток маркетингу на аграрному ринку актуальна. В сучасних умовах рівень конкуренції дуже високий, тому необхідно, щоб організації відрізнялися один від одного. Сприятливі маркетингові заходи допомагають організації побудувати позитивну репутацію і домогтися ефективних результатів роботи.

**Мета дипломної роботи** складається у визначенні шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства та їх економічне обґрунтування, аналіз існуючої маркетингової діяльності та розробка рекомендацій щодо поліпшення стану підприємства РАВК «ЯЛПУГ».

**Предметом дослідження** є методи та заходи, що спрямовані на збільшення конкурентоспроможності підприємства.

**Об'єктом дослідження** є маркетингова діяльність підприємства РАВК «ЯЛПУГ».

### **Постановка завдання:**

- розглянути теоретичні основи формування ринку сільського господарства в маркетингу;
- визначити сучасний стан ринку агропослуг і перспективи його розвитку;
- провести аналіз основних конкурентів;
- дати загальну характеристику підприємства та основні напрямки його діяльності;
- проаналізувати маркетингові можливості підприємства за допомогою PEST-аналізу та SWOT-аналізу;
- розробити заходи щодо підвищення конкурентоспроможності та збільшення прибутку.

**Методологічною основою роботи** є метод горизонтального та порівняльного аналізу для оцінки фінансово – господарської діяльності РАВК «ЯЛПУГ» та визначення його місця на ринку. Також, застосовуються спостереження та порівняння, розрахунково-аналітичний метод,

моделювання і прогнозування, що дозволило розробити пропозиції щодо вирішення проблем комунікативної політики компанії РАВК «ЯЛПУГ».

**Інформаційною базою дослідження** є офіційні матеріали та документи, наукові дослідження вітчизняних і зарубіжних авторів, наукові інформаційні видання, наукова і навчальна література з маркетингу, зокрема з маркетингових комунікацій в сфері страхування, документи та форми статистичної звітності РАВК «ЯЛПУГ», а також статті економічних журналів та Інтернет - ресурсів.

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел ( 70 найменувань) та 2-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 113 сторінок. Основний зміст викладено на 105 сторінках. Робота містить 28 таблиць, 13 рисунків.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

У першому розділі «**Теоретичні та організаційно-економічні особливості маркетингової діяльності у сільськогосподарських підприємствах**» розглянуто сутність та теоретичні основи аграрного маркетингу, його історія виникнення, основні цілі і завдання сільськогосподарських компаній та сучасні тенденції розвитку агрономії на ринку України.

У другому розділі «**Аналіз маркетингової діяльності РАВК «ЯЛПУГ»**» проаналізовано техніко-економічна характеристика аграрного підприємства, сучасний стан ринку страхування та маркетингову діяльність РАВК «ЯЛПУГ».

У третьому розділі «**Рекомендації щодо удосконалення маркетингової діяльності РАВК «ЯЛПУГ»**», запропоновано рекомендації з розширення напрямків удосконалення та підвищення конкурентоспроможності РАВК «ЯЛПУГ».

## **ВИСНОВКИ**

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Сільськогосподарське підприємства «РАВК «ЯЛПУГ» займаються вирощуванням зерна та технічних культур. Протягом досліджуваного періоду ми побачили що підприємство отримує прибуток від своєї господарської діяльності.

2. За допомогою фінансової звітності зробили аналіз динаміка показників виробничо-господарської діяльності підприємства, що показало, що у 2019 році сумарний обсяг чистого доходу склав 21 451 тис.грн. Відсутність стабільного доходу від реалізації товарів і послуг вказує на наявність проблем

в підприємства. Необхідно працювати в напрямку підвищення конкурентоспроможності та формування групи лояльних клієнтів.

3. На підставі карти конкурентів можна зробити висновок, що така компанія як ТОВ «Агромодуль» має найбільшу частку ринку і високий темп зростання, тому такий конкурент може задавати правила гри на ринку. Підприємства ТОВ «Агротранс» і ФГ «КубейАгро» також мають високу частку ринку і високий темп зростання, такі компанії є лідерами.

4. Зробивши аналіз підприємства, бачимо, що на підприємстві немає керівника маркетинговою діяльністю. Цілеспрямовано цим не займається ніхто. Ці функції змушені виконувати супервайзери, але контролювати роботу всієї маркетингової служби вони не в змозі, вони контролюють лише свої продуктово-маркетингові бригади.

5. Протягом досліджуваного періоду ми спостерігала за діяльністю сільськогосподарського підприємства «РАВК «ЯЛПУГ». Провели аналіз основних цільових сегментів підприємства. Проаналізували маркетингову товарну політику, це показало, що до групи А належить пшениця, озимі, кукурудза, вони разом приносять 48,33 % виручки. До групи В належить соя, соняшник та овочі, а до групи С належать: рапс, баштанні, риба.

6. Підприємство співпрацює з компанією ЕРІДОН закупає протруйники для підвищення рівня врожаю. Підприємство витрачає на систему захисту рослин приблизно 11% свого прибутку.

7. Такий аналіз підприємства дозволяє визначити вигляд і розмір ресурсів, необхідних для інвестицій в маркетинг для підвищення ефективності роботи підприємства і окупності маркетингових заходів. Мною було запропоновано декілька заходів, зокрема, розвиток збутової інфраструктури, управління товарним асортиментом, підключення CRM система, а також просування в газетах і на радіо.

## АНОТАЦІЯ

**Бальжик І. Г. «Маркетингова діяльність аграрних підприємств на ринку України (на прикладі РАВК «ЯЛПУГ»)»**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності «075 Маркетинг»

за освітньою програмою « Маркетинг ».

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2021.

У роботі розглядаються значення маркетингу на аграрному ринку, теоретичні аспекти розвитку аграрного маркетингу з початку свого існування і до сучасності, основні поняття та значення маркетингового відділу на аграрних підприємствах.

Проаналізовано діяльність РАВК «ЯЛПУГ», основні фінансові показники, маркетингове середовище та комплекс маркетингу. Визначення конкурентного середовища аграрного підприємства.

Запропоновано декілька заходів за для вирішення існуючих проблем. Зокрема, створення відділу маркетингу, впровадження CRM системи, а також просування в газетах та на радіо.

**Ключові слова:** маркетинг, агромаркетинг, АПК, аграрний ринок України, сучасний аграрний ринок.

## ANNOTATION

**Balzhyk I. G. "Marketing activity of agrarian enterprises in the market of Ukraine (on the example of FAPC "YALPUG")"**

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty «075 Marketing»

for the educational program « Marketing ».

Odessa National Economics University. – Odessa, 2021.

The work considers the importance marketing in the agricultural market, the theoretical aspects of the development of insurance marketing from the beginning of its existence to the present, the basic concepts and importance of the marketing department in agricultural enterprises.

The activity of RAVK "YALPUG",, main financial indicators, marketing environment and marketing complex are analyzed. Determination of the competitive environment of an agricultural company.

Several measures have been proposed for solving existing problems. In particular, the creation of the marketing department, the implementation of the CRM system, as well as promotion in newspapers and on the radio.

**Keywords:** marketing, agromarketing, agrarian market of Ukraine, modern agrarian market.