




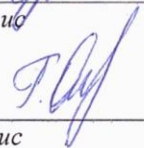
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Допускається до захисту
Зав. кафедри менеджменту
 професор Гринчук Ю.С.
« 08 » листопада 2022 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

«Управління маркетинговою діяльністю
підприємств-постачальників запасних частин до
сільськогосподарської техніки на прикладі ТОВ «Укравтозапчастина»

Виконав (ла) Бабенко Денис Олександрович	
<i>прізвище, імя, по батькові,</i>	<i>підпис</i>
Керівник д-р екон. наук, професор Гринчук Ю.С.	
<i>вчене звання, прізвище, ініціали</i>	<i>підпис</i>
Рецензент канд. екон. наук, доцент Гаврик О.Ю.	
<i>вчене звання, прізвище, ініціали</i>	<i>підпис</i>

Я, Бабенко Денис Олександрович, засвічую, що кваліфікаційну роботу виконано з дотриманням принципів академічної доброчесності.


Біла Церква
2022

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Затверджую

Гарант ОП «Менеджмент»

 д.е.н., професор Гринчук Ю.С.

«18» січня 2022 р.

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу магістра
Бабенка Дениса Олександровича

Тема: «Активізація маркетингової діяльності підприємства на матеріалах ТОВ «Укравтозапчастина»

Затверджено наказом ректора № 0413 від 10.01.2022р.

Перелік питань, що розробляються в роботі:

- розкрито сутність управління маркетинговою діяльністю підприємств на прикладі ТОВ «Украгроззапчастина»;
- узагальнено теоретико-методичні засади управління маркетинговою діяльністю підприємств-постачальників запасних частин до сільськогосподарської техніки;
- визначено особливості функціонування підприємств-постачальників на ринку запасних частин до сільськогосподарської техніки;
- здійснено оцінку діяльності учасників ринку запасних частин до сільськогосподарської техніки в Україні;
- оцінено формування попиту на запасні частини до сільськогосподарської техніки;
- виявлено та охарактеризовано основні організаційні структури управління маркетинговою діяльністю підприємств-постачальників запасних частин до сільськогосподарської техніки

Вихідні дані (за необхідності) – звітність ТОВ «Укравтозапчастина».

Календарний план виконання роботи

Етап виконання	Дата виконання етапу	Відмітка про виконання
Затвердження теми	січень 2022	виконано
Огляд літератури	січень-лютий 2022	виконано
Теоретико-методична частина	березень-квітень 2022	виконано
Дослідницько-аналітична частина	травень-липень 2022	виконано
Рекомендаційна частина	серпень-вересень 2022	виконано
Оформлення роботи	жовтень 2022	виконано
Перевірка на плагіат	листопад 2022	виконано
Попередній розгляд на кафедрі	листопад 2022	виконано
Подання на рецензування	грудень 2022	виконано

Керівник кваліфікаційної роботи  д.е.н., професор Гринчук Ю.С.

(підпис)

Здобувач



Бабенко Д.О.

(підпис)

Дата отримання завдання «18» січня 2022 р.

АНОТАЦІЯ

Бабенко Д. О.

«Управління маркетинговою діяльністю підприємств-постачальників запасних частин до сільськогосподарської техніки (за матеріалами ТОВ «Укравтозапчастина»)»

Для організації ефективної роботи необхідно впровадити нові методи управління, що базуються на концепціях сучасного маркетингу. Правильна організація маркетингової діяльності на підприємстві дозволяє сформувати дієві механізми конкурентної боротьби та знайти необхідні ресурси покращення роботи системи забезпечення запасними частинами техніки сільськогосподарських виробників.

Встановлено, що центральним елементом у процесі формування діяльності підприємств на сучасному ринку є маркетинг. Ефективне управління маркетинговою діяльністю стає визначальною умовою з формування економічної поведінки суб'єктів ринку та набуває великого значення в зв'язку з трансформаційними процесами, що відбуваються на внутрішньому та світових ринках аграрної продукції.

Розглянуто теоретико-методичні засади організації управління маркетинговою діяльністю підприємств-постачальників запасних частин до сільськогосподарської техніки, визначено особливості функціонування таких підприємств на ринку запасних частин.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що теоретичні узагальнення, методичні підходи, практичні результати та рекомендації є основою для покращення управління маркетинговою діяльністю підприємств-постачальників запасних частин до сільськогосподарської техніки на прикладі ТОВ «Украгрозапчастина».

Кваліфікаційна робота магістра складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Основний зміст роботи викладено на 119 сторінках. Робота містить 16 таблиць, 20 рисунків. Список використаних джерел налічує 80 найменувань.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, управління маркетинговою діяльністю, постачання запасних частин, ринок, постачальники, сільськогосподарські підприємства.

ANNOTATION

D. O. Babenko

«Marketing management of supplier companies, which produce agricultural machinery spare parts (based on materials of «Ukravtozapchastyna» LLC)».

To organize effective work, it is necessary to introduce new management methods based on the concepts of modern marketing. The correct organization of marketing activities at the enterprise allows to form effective mechanisms of competitive struggle and to find the necessary resources to improve the system of providing spare parts for the machinery of agricultural producers.

It has been established that marketing is the central element in the process of forming the activities of enterprises in the modern market. Effective management of marketing activities becomes a determining condition for the formation of the economic behavior of market subjects and acquires great importance in connection with the transformational processes taking place in the domestic and world markets of agrarian products.

The theoretical and methodological principles of the organization of management of the marketing activities of the enterprises supplying spare parts for agricultural machinery are considered, the peculiarities of the operation of such enterprises in the market of spare parts are determined.

The practical significance of the obtained results is that theoretical generalizations, methodological approaches, practical results and recommendations are the basis for improving the management of marketing activities of enterprises supplying spare parts for agricultural machinery on the example of Ukragrozapchastina LLC.

The master's qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of used sources and appendices. The main content of the work is laid out on 119 pages. The work contains 16 tables, 20 figures. The list of used sources includes 80 items.

Keywords: marketing, marketing activity, marketing activity management, supply of spare parts, market, suppliers, agricultural enterprises.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
РОЗДІЛ 1. ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ПОСТАЧАННЯ ЗАПАСНИХ ЧАСТИН ДО СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ	
1.1. Сутність управління маркетинговою діяльністю підприємств.....	7
1.2. Організація управління маркетинговою діяльністю підприємств-постачальників запасних частин до сільськогосподарської техніки.....	13
1.3. Особливості функціонування підприємств-постачальників на ринку запасних частин до сільськогосподарської техніки.....	21
Висновки до розділу 1.....	27
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ З ПОСТАЧАННЯ ЗАПАСНИХ ЧАСТИН ДО СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ В УКРАЇНІ	
2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Украгрозапчастина».....	29
2.2. Характеристика діяльності учасників ринку запасних частин до сільськогосподарської техніки.....	42
2.3. Аналіз попиту постачання запасних частин до сільськогосподарської техніки.....	50
2.4. Організація управління маркетинговою діяльністю у підприємствах-постачальниках запасних частин до сільськогосподарської техніки.....	62
Висновки до розділу 2.....	72
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ-ПОСТАЧАЛЬНИКІВ ЗАПАСНИХ ЧАСТИН ДО СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ	
3.1. Організація складської логістики підприємств-постачальників запасних частин до сільськогосподарської техніки.....	74
3.2. Прогнозування попиту у підприємствах-постачальниках запасних частин для сільськогосподарської техніки	87
3.3. Управління маркетинговою діяльністю підприємств-постачальників запасних частин з використанням інноваційних маркетингових інструментів.....	94
Висновки до розділу 3	110
Висновки.....	112
Список використаних джерел.....	115

Список використаних джерел

1. Аграрна реформа в Україні / [П. І. Гайдуцький, П. Т. Саблук, Ю. О. Лупенко та ін.] ; за ред. П. І. Гайдуцького. Київ : ННЦ ІАЕ, 2005. 424 с.
2. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи розвитку) / [М. В. Присяжнюк, М. В. Зубець, П. Т. Саблук та ін.] ; за ред. М. В. Присяжнюка, М. В. Зубця, П. Т. Саблука, В. Я. Месель-Веселяка, М. М. Федорова. Київ : ННЦ ІАЕ, 2011. 108 с.
3. Андрійчук В. Г., Сас І. С. Концентрація в аграрній сфері економіки : проблемні аспекти : монографія. Київ : КНЕУ, 2017. 303 с.
4. Андрійчук В. Г. Сутнісний аспект методології наукових досліджень. *Економіка АПК*. 2016. №7. С. 87-93.
5. Балабанова Л. В. Маркетинг : підручник : у 2 т.; 3-тє вид. перероб. і доп. Т. 2. Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. 392 с.
6. Балабанова Л. В., Гуржій Н. М. Управління маркетинговою діяльністю підприємства : монографія. Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. 184 с.
7. Білоусько Я. К., Товстопят Л. В. Удосконалення техніко-технологічного оснащення аграрного виробництва. К.: ННЦ ІАЕ, 2012. 59 с.
8. Бородкіна Н. О. Маркетинг : навчальний посібник. К. : Кондор, 2007. 362 с.
9. Бутенко Н. В. Маркетинг : підручник. К. : Атіка, 2008. 300 с.
10. Гайдаенко Т. А. Маркетинговое управление. Полный курс МВА. Принципы управленческих решений и российская практика. М. : Экссо, 2005. 480 с.
11. Гаркуша Н. М., Цуканова О. В., Горошанська О. О. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті : навчальний посібник. 2-ге вид. К., 2012. 591 с.
12. Гончаров В. М., Шевченко М. М., Припотень В. Ю. Маркетингові підходи до формування стратегії підприємства : монографія. Луганськ : Нолидж, 2013. 146 с.
13. Гуржій Н. М. Управління стратегічним маркетингом: парадигма,

- інструментарій, результативність : монографія. Донецьк : ДонНУЕТ, 2012. 559 с.
14. Державна прикордонна служба України URL : <http://dpsu.gov.ua/ua/>
 15. Державна служба статистики України URL : <http://ukrstat.gov.ua/>
 16. Єрмаков О. Ю., Варакаш В. В., Варакаш М. К. Розвиток форм підприємницької діяльності в сільськогосподарському виробництві України : монографія. Київ : ЦП «Компринт», 2013. 230 с.
 17. Калетнік Г. М., Пришляк Н. В. Державна фінансова підтримка сільськогосподарських товаровиробників. *Економіка АПК*. 2010. № 8. С. 52-55.
 18. Кальченко А. Г., Кривещенко В. В. Логістика: навч. посібник. Вид. 2-ге, без змін. К.КНЕТУ, 2008. 472 с.
 19. Карпенко Н. В. Управління маркетингом на підприємствах малого та середнього бізнесу : монографія. Полтава, 2008. 363 с.
 20. Князева Н. А., Князева Е. А. Теоретические и прикладные вопросы маркетинговой деятельности в сфере услуг. Одесса : ВМВ, 2014. 215 с.
 21. Коломиец Р. А. Система статистических показателей, характеризующих эффективность функционирования сферы услуг. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
 22. Концепція Державної цільової програма розвитку аграрного сектору економіки на період до 2021 року (проект). Міністерство аграрної політики та продовольства України. 15 квітня 2015 року. URL: <http://minagro.gov.ua/apk?nid=16822>
 23. Купівля матеріально-технічних ресурсів для виробничих потреб сільськогосподарськими підприємствами у 2015 році // Статистичний бюлетень. К., 2015 42 с.
 24. Левків Г. Я., Минів Р. М., Батюк Б. Б. Маркетинговий менеджмент : підручник. Львів : Сполом, 2010. 227 с.
 25. Лепейко Т. І., Котлик А. В., Кінас І. О. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник. Харків : Видавництво ХНЕУ. 103 с.
 26. Ленсколд Дж. Рентабельность инвестиций в маркетинг. Методы повышения прибыльности маркетинговых кампаний: пер. с англ. / под ред. В. Б.

Колчанова, М. А. Карлик. СПб.: Питер, 2005. 272 с.

27. Лошенко І. Р., Гуменюк А. М., Чаплінський Ю. Б. Маркетингова цінова політика : навчальний посібник. К. : Дакор ; КНТ, 2008. 184 с.

28. Лукінов І. І. Вибрані праці. У двох книгах. Кн. 1. Київ : ННЦ ІАЕ, 2007. 816 с.

29. Майовець Є. Й. Маркетинг : теорія та методологія. Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2013. 450 с.

30. Майовець Є. Й., Кузик О. В. Маркетингові комунікації : навчальний посібник. Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2013. 191 с.

31. Малік М. Й., Шпикуляк О. Г. Тенденції і перспективи розвитку особистих селянських господарств. *Економіка АПК*. 2018. № 1. С. 11-19.

32. Мальська М. П., Рутинський М. Й., Білоус С. В., Мандюк Н. Л. Економіка туризму: теорія та практика : підручник. К.: Центр учбової літератури, 2014. 650 с.

33. Мальська М. П., Пурська І. С. Міжнародна маркетингова діяльність. Теорія та практика : підручник. К.: Центр учбової літератури, 2013. 288 с.

34. Мальська М. П. Формування і розвиток просторових систем послуг (теорія та практика реалізації) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора екон. наук. Львів, 2011. 40 с.

35. Маркетинг : навчальний посібник / О. М. Литвинова. Харків : Редакційно-видавничий відділ Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва, 2013. 238 с.

36. Маркетинг в системі управління підприємствами, регіонами, державою : монографія / за ред. А. В. Череп. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2013. 189 с.

37. Маркетинг вчера, сегодня, завтра : учебно-справочное пособие / сост. М. И. Белявцев и др. ; под общ. ред. Г. Д. Леоновой, Л. В. Шестопаловой. Донецк : Світ книги, 2013. 103 с.

38. Матеріально-технічне забезпечення сільського господарства України: посібник / [Лупенко Ю. О., Захарчук О. В., Вишнiveцька О. В. та ін.]; за ред.

Ю. О. Лупенка та О. В. Захарчука. К. : ННЦ ІАЕ, 2015. 144 с.

39. Машинно-технологічний сільськогосподарський обслуговуючий кооператив та міжгосподарське використання техніки : практичний посібник / [Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Корінець Р.Я. та ін.]. К. : ННЦ ІАЕ, 2013. 74с.

40. Мельник Л. Ю., Макаренко П. М., Мельник Л. Л. Теоретичні основи й практика концентрації виробництва в сільському господарстві. *Економіка АПК*. 2011. № 6. С.15-22.

41. Методичні рекомендації з обґрунтування нормативної потреби основних засобів на виробництво сільськогосподарської продукції / [Захарчук О. В., Герун М. І., Могилова М. М. та ін.]. К.ННЦ «ІДЕ», 2014. 60 с.

42. Могилова М. М. Основні засоби сільськогосподарських підприємств : стан, оцінка, відтворення : монографія. К.: ННЦ «ІАЕ», 2016. 404 с.

43. Моделі і методи логістичного управління суб'єктами господарювання й економікою регіону : монографія / Р. Р. Ларіна, О. Г. Череп, І. Ю. Грішин, А. О. Глаєв. Сімферополь : АРІАЛ, 2011. 234 с.

44. Матеріально-технічні ресурси для виробничих потреб сільськогосподарських підприємств у 2017 році // Статистичний бюлетень. К., 2017. 46 с.

45. Організаційно-економічна модернізація аграрної сфери : наукова доповідь / за заг. ред. акад. НААН П. Т. Саблука. Київ : ННЦ ІАЕ, 2011. 342 с.

46. Островський П. І. Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 224 с.

47. Осовська Г. В., Осовський О. А. Менеджмент організацій : навчальний посібник. К. : Кондор, 2007. 676 с.

48. Павленко А. Ф., Решетнікова І. Л., Войчак А. В. Маркетинг : підручник / за наук. ред. А. Ф. Павленка. К. : КНЕУ, 2008. 600 с.

49. Пелішенко В. П. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2003. 200 с.

50. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник. 2- ге вид., перероб. і

доп. К. : Знання, 2010. 351 с.

51. Петруня Ю. Є., Кожушко С. П., М'ясоїд Г. І. Маркетинговий менеджмент у сучасній світовій практиці : навчальний посібник. Донецьк, 2008. 272 с.

52. Попович П. Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання : підручник. 3-тє вид., перероб. і доп. К. : Знання, 2008. 630 с.

53. Приймак В. І. Математичні методи економічного аналізу : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2009. 291 с.

54. Портер М. Э. Конкуренция : пер. С англ. Вильямс, 2006. 608 с.

55. Проблеми функціонування МТС в АПК (досвід, аналіз і перспектива розвитку). Одеса: Вид-во "Optimum", 2006. 166 с.

56. Про затвердження Державної цільової програми розвитку українського села на період до 2015 року : Постанова Кабінету Міністрів України від 19 вересня 2007 року № 1158 (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1158-2007-%D0%BF>.

57. Про особисте селянське господарство : Закон України від 17.11.2005 № 3108-2 (зі змінами). URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/742-15>.

58. Про фермерське господарство : Закон України від 19 червня 2003 року № 973-IV (із змінами). URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/973-15>.

59. Пурська І. С., Мальська М. П., Занько Ю. В. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник. К. : Знання, 2012. 285 с.

60. Россоха В. В. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник. К. : Національний науковий центр "Інститут аграрної економіки", 2014. 242 с.

61. Саблук П. Т. Економічний інтерес у розвитку аграрного виробництва : монографія. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2014. 356 с.

62. Сільське господарство України за 2017 рік : стат. збірник. Київ : Державна служба статистики України, 2018. 246 с.

63. Сенишин О. С., Горинь М. О., Кундицький О. О. Державне регулювання економіки : підручник. Львів, 2014. 334 с.

64. Скибінський С. В., Федорчук А. І. Сегментування ринку : навчальний посібник. Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2009. 248 с.

65. Соловей Д. Ю., Білоусько Я. К. Аналіз кон'юнктури ринку сільськогосподарської техніки в Україні. *Економіка АПК*. 2014. №1 С. 40–44.
66. Христофорова И. Оценка маркетинговой деятельности на предприятиях сферы услуг. URL : <http://www.marketologi.ru/lib/haev/survey.html>
67. Циба Т. Є., Сокур М. І., Баюра В. І. Маркетингове планування : навчальний посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2007. 128 с.
68. Черняховская Т. Н. Маркетинговая деятельность предприятия : теория и практика. М. : Высшее образование, 2008. 743 с.
69. Щербань В. М. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2006. 224 с.
70. Шоу Р., Меррик Д. Прибыльный маркетинг: окупается ли ваш маркетинг? Пер. с англ. И. Коберник. К.: Companion Group, 2007. 496 с.
71. Юлегіна І. В. Управління міжнародним маркетингом : навчальний посібник. Харків : Вид-во ХНЕУ, 2009. 146 с.