

**Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет
Вінницький торговельно-економічний інститут**

Кафедра маркетингу та реклами

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА
ЯК ПЕРЕДУМОВА АКТИВІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»**

(за матеріалами Товариства з обмеженою відповідальністю
«ВКП «ВЕРБІВСЬКЕ», м. Вінниця)

Здобувача вищої освіти
2 курсу, групи МР-21д(м),
спеціальності 075 «Маркетинг»
освітньої програми «Маркетинг»
денної форми навчання

Владислава
СІЛАГІНА

Науковий керівник
доктор економічних наук,
професор

Ірина
ПОЛІЩУК

Гарант освітньої програми
доктор економічних наук,
професор

Ірина
ПОЛІЩУК

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ПЕРЕДУМОВА АКТИВІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	6
1.1 Сутність маркетингового потенціалу підприємства	6
1.2 Інструменти маркетингового потенціалу підприємства	13
РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОВ «ВКП «ВЕРБІВСЬКЕ»	20
2.1 Організаційно-економічна характеристика ТОВ «ВКП «ВЕРБІВСЬКЕ»	20
2.2 Аналіз комплексу маркетингу ТОВ «ВКП «ВЕРБІВСЬКЕ»	29
РОЗДІЛ 3 УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ТОВ «ВКП «ВЕРБІВСЬКЕ» ЯК ПЕРЕДУМОВА АКТИВІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	38
3.1 Оцінка системи управління маркетинговим потенціалом ТОВ «ВКП «ВЕРБІВСЬКЕ»	38
3.2 Шляхи активізації маркетингової діяльності ТОВ «ВКП «ВЕРБІВСЬКЕ» на основі дослідженого маркетингового потенціалу	48
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58
ДОДАТКИ	64

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Gonchar O.I., Polishchuk I.I. Synergic approach in marketing potential management of the enterprise. Науковий вісник Полісся. 2017. №3(11). С. 29-33. URL: <http://nvp.stu.cn.ua/uk/component/k2/item/775-gonchar-o-ipolishchuk-i-i-synergic-approach-in-marketing-potential-management-ofthe-enterprise.html>.
2. Lisna I.F., Pivavar I.V., Ponomarenko O.O. Marketing Research and Marketing Planning at Macro and Micro Levels. Бізнес-Інформ. 2018. № 11. С. 333–339. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2018-11_0-pages-333_339.pdf.
3. Polishchuk I., Dovhan Yu., Hromova O., Dovhan L., Hnydiuk I. Tools for marketing management of the innovation and investment activity. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2022. Vol. 2 No. 43.
4. Smerichevskiy S., Kasianova N., Klimova O., Kolbushkin Y. Managing the potential of digital transformation of Ukraine's economy. International Journal of Recent Technology and Engineering. Volume-8, Issue 3C, November 2019, 250–255 p. URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/43153>.
5. Багорка М.О., Юрченко Н.І. Маркетинговий потенціал як адаптаційний складник сучасного економічного розвитку підприємств. *Проблеми системного підходу в економіці* : Зб. наук. праць. 2020. Вип. 2(76). С.137-145. URL: <http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/2935>.
6. Багорка, М. О., Устік, Т. В. Обґрунтування вибору маркетингової стратегії управління підприємством. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*, 2022, №5. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-5-04-01>.
7. Божко В. М. Методика оцінки маркетингового потенціалу підприємства. *Ефективна економіка* № 3, 2013. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1892>.

8. Бурцева О.Є., Радченко Г.А., Сібрук В.Л. Маркетинговий потенціал в системі інноваційного розвитку національної економіки. *Проблеми системного підходу в економіці*. Випуск № 4(78), 2020. С.162-169. DOI: DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-4-22>.
9. Вакуленко Ю.В., Олійник А.С., Чернега В.М. Роль маркетингової стратегії у розвитку аграрних підприємств. *Агросвіт*. 2019. № 21. С. 86-92. DOI: 10.32702/2306&6792.2019.21.86.
10. Гончар О.І., Поліщук І.І. Маркетинговий аудит як інструмент забезпечення механізму управління потенціалом підприємства. *BLACK SEA: Scientific journal of academic research multidisciplinary journal*. Tallinn, Eesti 2019. Volume 47. Issue 04. P. 53-58.
11. Держак Н.О., Зінченко Т.Ю. Просування маркетингових онлайн-сервісів у цифровому середовищі. *Ефективна економіка*. 2021. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9539>.
12. Дідченко О.І. Маркетинговий потенціал підприємства як складова економічного потенціалу. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2013. Вип. 1. Том. 3. С. 269-272.
13. Дідченко О.І. Маркетинговий потенціал підприємства як складова економічного потенціалу. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2013. № 1. С. 269–272.
14. Іваненко В.О., Ковальчук О.Р. Оцінка маркетингового потенціалу підприємства: компаративний аналіз наукових підходів. 2019. URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/handle/123456789/7498;jsessionid=3802DEAF50B7685F95D1A80E36853070>.
15. Коваль Т.О., Пономаренко О.О., Яхкінд В.П. Економічна сутність та закономірності формування маркетингового потенціалу підприємства. *Бізнес-Інформ*. 2016. №10. С.397-405. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2016-10_0-pages-397_405.pdf.
16. Ковальчук В.В. Маркетингова стратегія підприємства: суть поняття, особливості формування в сучасних умовах господарювання.

Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики, 2018. № 9. С.159-160.

17. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства, формування та оцінка: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 352 с.

18. Кучер В.В., Кучер О.В. Маркетинговий потенціал в системі управління аграрними підприємствами. URL : http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_112/65.pdf.

19. Лабурцева О. І. Ризики формування маркетингових стратегій. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2018. № 2. С. 237 – 243.

20. Левченко К. А. Маркетингова стратегія підприємства на ринку промислових товарів України: порядок формування та стратегічні ризики. *Економіка та держава*. 2018. № 3. С. 113 -117.

21. Маматова Л.Ш. Місце маркетингового потенціалу в системі фінансово-інвестиційного потенціалу підприємств. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності* : Зб. наук. праць. ДВНЗ «ПДТУ». Маріуполь, 2017. Вип. 15. С. 140–145.

22. Марченко В., Кучевська І. Управління маркетинговим потенціалом підприємства для забезпечення його сталого розвитку. *Молодий вчений*, 2019. №12 (76), С. 452-454. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-12-76-97>.

23. Мороз Л.А., Лебідь Т.В. Стратегічний аналіз маркетингового потенціалу підприємства. Львів : Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2009. С.5–50.

24. Названо ТОП-10 виробників яловичини в Україні за 2019 р. URL: <http://milkua.info/uk/post/nazvano-top-10-virobnykiv-alovicini-v-ukraini-za-2019->

г.

25. Олійник А.С., Тургеля Ю.С., Соколовська Ю.Є. Виробничо-маркетингові стратегії антикризового управління. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 19-20. С. 110-116. DOI: 10.32702/2306&6814.2020.19&20.110.
26. Петрова І.Л., Лойко Є.М. Методичний засади розробки маркетингової стратегії підприємства. *Вчені записки Університету «КРОК»* №1 (65), 2022. С.95-104. DOI: 10.31732/2663-2209-2022-65-95-104.
27. Пивавар І.В., Пономаренко О.О., Лісна І. Ф. Методика оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства. *Бізнес-Інформ*. 2019. № 9. С. 345–354. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-9-345-354>.
28. Поліщук І.І. Маркетинговий потенціал в системі управління підприємством: монографія. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2018. 353 с.
29. Поліщук І.І. Міжнародна інтеграція і розвиток маркетингового потенціалу промислових підприємств. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Економічні науки*. 2017. №4. С.152-158. URL: <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/viewFile/1528/1202>.
30. Поліщук І.І. Управління потенціалом підприємства на засадах клієнтоорієнтованого маркетингу. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2021, № 5, Том 2. С.41-44.
31. Поліщук І.І. Фактори розвитку маркетингового потенціалу підприємства. *Науковий вісник Полісся*. 2016. Вип. 2. С. 97–102.
32. Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Оцінка ефективності використання маркетингового потенціалу підприємства. *Modern engineering and innovative technologies*. - 2022. - Issue 21. Part 2. - С. 65–72. DOI: <https://doi.org/10.30890/2567-5273.2022-21-02-021>.
33. Пономаренко О.О., Пивавар І.В., Лісна І.Ф. Оцінка маркетингового потенціалу підприємства та обґрунтування заходів з його підвищення. *Бізнес-Інформ*. 2021. №1. С.334–345. URL: http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/25081/1/business-inform-2021-1_0-pages-334_345%20%281%29.pdf.

34. Сагайдак М.П., Іщенко М.І., Гелевачук З.Й. Ефективність використання маркетингових стратегій промисловими підприємствами. *Інвестиції: практика та досвід*. №18/2013. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/18_2013/15.pdf.

35. Сілагін В. Маркетинговий потенціал як елемент інноваційного розвитку підприємства. *Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології*: Зб. матеріалів ІХ Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції, м. Вінниця, 06 жовтня 2022р. Вінниця, 2022. Ч. І. 745 с. С.598-606. URL: http://www.vtei.com.ua/doc/2022/konf0610/zb1_1.pdf.

36. Сілагін В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства як передумова активізації міжнародної діяльності. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ*. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2022. Вип.150. 280 с. С.264-272. URL: <http://www.vtei.com.ua/doc/11konf/zb17.pdf>.

37. Стасюк Н. С., Марущак О. Я. Аналіз маркетингового потенціалу підприємства в контексті стратегічного підходу. *Науковий вісник НЛТУ*. 2015. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analizmarketingovogo-potentsialu-pidpriemstva-v-konteksti-strategichnogo-pidhodu>.

38. Телишевська Л.І., Комишан О.І., Сергеев С.С. Маркетинговий потенціал у підвищенні прибутковості підприємства. *Механізм регулювання економіки*. 2013. № 3. С. 126–132.

39. Терещенко І.О., Кібальник В. О. Маркетингові аспекти стратегічного управління підприємством. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 20. С. 56 – 60.

40. Тягунова З.О. Управління маркетинговим потенціалом торговельних підприємств споживчої кооперації України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04. Полтава, 2012. 20 с.

41. Тягунова Н.М., Тягунова З.О. Маркетинговий потенціал роздрібних торговельних підприємств споживчої кооперації України: *Наук.*

вісн. Полтавського ун-ту споживчої кооперації України. 2010. № 4. С. 172–178.

42. Федонін О.С., Рєпіна І.М. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посіб. Київ : Вид-во КНЕУ, 2004. 316 с.

43. Федонін О.С., Рєпіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2014. 450 с.

44. Хрущ Н.А., Ваганова Л.В. Сучасні методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. URL: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/handle/123456789/3247?locale=en>.

45. Шевченко Т. М., Шевченко О. А. Маркетингова стратегія підприємства: формування та розвиток в умовах ринкових відносин національної економіки. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8414>.

46. Шульга Л. В., Терещенко І. О., Шарлай О. В. Сучасні маркетингові стратегії управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2020. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8192>.

47. Ярмош О.В. Показники оцінки маркетингового потенціалу підприємств сфери послуг. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. №49, 2015. С.216-220. URL: <http://btie.kart.edu.ua/article/view/51183>.