



# Шаповалов Владислав Сергійович

Факультет аграрного менеджменту

(<https://nubip.edu.ua/IT.NUBIP>)

Кафедра: Адміністративного менеджменту та

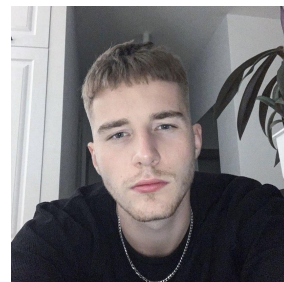
зовнішньоекономічної діяльності (<https://nubip.edu.ua/node/1135>)

Спеціальність: Адміністративний менеджмент (<https://nubip.edu.ua/node/2969/5>)

Освітня програма: Адміністративний менеджмент (<https://cutt.ly/ITfsuJ6>)

Тема магістерської роботи: Управління маркетингом підприємства при реалізації ЗЗР та насіння.

Керівник: к.е.н., доцент Ковтун Олена



---

## ПУБЛІКАЦІЇ

Шаповалов В.С., Ковтун О.А. Управління маркетингом підприємства при реалізації ЗЗР та насіння. Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Сучасний менеджмент: виклики та можливості» (25 жовтня 2023 р.), К : НУБіП України, 2023.

---

## ПОСТЕР



#### Анотація роботи

Мета дослідження: провести системний аналіз ринкових умов, динаміки та структури попиту і пропозиції, а також визначити ключові фактори, що впливають на ефективність управління маркетингом. Торкатися перших об'єктивних розміщень щодо комплексності маркетингу управління маркетингом. Для досягнення поставленої мети були використані такі основні засоби:

- узагальнювальність управління маркетинговою діяльністю;
- дослідження ринку: умов, тенденцій, структури попиту та пропозиції на ЦР та інновації;
- кваліфікаційна та проаналізована ключові фактори, що впливають на ефективність маркетингової діяльності;
- кваліфікаційна аналіз підприємства ТОВ «АгроБізнес»;
- розробка науково обґрунтованих рекомендацій для удосконалення механізмів управління маркетингом на підприємстві ТОВ «АгроБізнес».

Протягом дослідження сфокусовано управління маркетинговою діяльністю на підприємстві аграрного сектору.

ОСНОВНЕ ВИСНОВКОВЕ: управління процесом та маркетинговою діяльністю підприємства при наявності з ринком, методи просування продукції та адаптація до них у ринкових умовах.

#### Використання методів у сільському господарстві (у АРБ, тож)

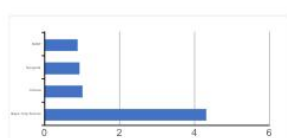
| Рк | Витрати на маркетинг |           |                   |                       |         |
|----|----------------------|-----------|-------------------|-----------------------|---------|
|    | Горілки, м           | Фрукти, м | Інвентаризація, м | Регулювання попиту, м | Інші, м |
| 20 | 13928,8              | 3884,7    | 1121,6            | 478,8                 | 24,3    |
| 21 | 10246,8              | 5516,0    | 1542,0            | 536,0                 | 30,7    |
| 22 | 17652,4              | 4887,9    | 1540,1            | 532,6                 | 22,1    |
| 23 | 10557,4              | 4925,9    | 1903,5            | 824,2                 | 25,9    |

#### Модель управління маркетинговою діяльністю підприємства



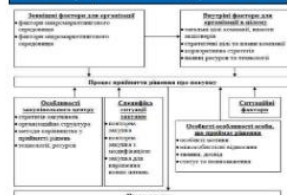
Джерело: розробка автора на основі досліджень Шаталова В. М. (2023), к.е.н. Розробка моделі управління маркетинговою діяльністю підприємства здійснюється шляхом маркетингу підприємства або комплексного управління процесом управління маркетинговою діяльністю підприємства, який на основі інформаційно-аналітичного, регулюючого, контролюючого та інтегруючого функцій забезпечує комплексне управління діяльністю підприємства. Протягом управління маркетинговою діяльністю підприємства можна

#### Витрати на маркетинг дослідження та розробки, млн. €



Джерело: розробка автора на основі досліджень Шаталова В. М. (2023), к.е.н. Торкатися перших об'єктивних розміщень щодо комплексності маркетингу управління маркетингом.

#### Фактори, що впливають на комплексність маркетингу



Джерело: розробка автора на основі досліджень Шаталова В. М. (2023), к.е.н. Торкатися перших об'єктивних розміщень щодо комплексності маркетингу управління маркетингом.

#### Формування маркетингової стратегії розвитку підприємства на основі оцінювання конкурентоспроможності підприємства



Джерело: розробка автора на основі досліджень Шаталова В. М. (2023), к.е.н. Торкатися перших об'єктивних розміщень щодо комплексності маркетингу управління маркетингом.

## РЕФЕРАТ

*Актуальність теми.* У сучасних умовах турбулентності всього аграрного бізнесу, управління маркетингом набуває особливої актуальності, і хоча вимагає особливого підходу об'єднуючи традиційні методи та новітні інструменти, все ж таки забезпечує досягнення комерційного успіху в умовах жорстокої конкуренції. Сучасний аграрний ринок України переживає період значущих змін та викликів. Є необхідність у розробці нових, інноваційних підходів до маркетингу.

*Мета дослідження* є проведення системного аналізу ринкових умов, динаміки та структури попиту і пропозиції, а також визначення ключових факторів, що впливають на ефективність управління маркетингом. Розроблення науково обґрунтованих рекомендацій щодо вдосконалення механізмів управління маркетингом.

Для досягнення поставленої мети були визначені такі основні завдання:



- узагальнити сутність

управління маркетинговою діяльністю;

- дослідити ринкові умови, тенденції, структури попиту та пропозиції на ЗЗР та насіння;
- ідентифікувати та проаналізувати ключові фактори, які впливають на ефективність маркетингової діяльності;
- провести загальний аналіз підприємства ТОВ «Байєр»;
- розробити науково обґрунтовані рекомендації для вдосконалення механізмів управління маркетингом на прикладі ТОВ «Байєр».

*Об'єкт дослідження:* управлінські процеси та маркетингова діяльність аграрних підприємств при взаємодії з ринком, методи просування продукції та адаптація до змін у ринкових умовах.

*Предмет дослідження:* специфіка управління маркетинговою діяльністю на підприємствах аграрного сектору.

*Методи дослідження:* в ході дослідження використано методи теоретичного узагальнення та порівняння, статистичного аналізу, маркетингові дослідження, системний підхід до аналізу показників діяльності підприємств.

*Наукова новизна одержаних результатів.* Визначено теоретичні аспекти комплексного підходу до управління маркетингом, проаналізовано сучасний стан ринку ЗЗР та насіння, розроблено шляхи удосконалення управління маркетингом у компанії.



*Практичне значення*

*одержаних результатів.* Запропоновані заходи, щодо удосконалення процесу управління маркетингом можуть бути використані у компанії для збільшення ефективності маркетингової діяльності.

*Апробація результатів магістерської роботи.* Результати виконання магістерської кваліфікаційної роботи були оприлюднені на IV Міжнародній науково-практичній конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Сучасний менеджмент: виклики та можливості» (м. Київ, НУБіП України, 26 жовтня 2023 р.).

*Публікації.* Основні положення і результати дослідження знайшли відображення у матеріалах конференції:

1. Шаповалов В.С., Ковтун О.А. Управління маркетингом підприємства при реалізації ЗЗР та насіння. Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Сучасний менеджмент: виклики та можливості» (25 жовтня 2023 р.), К : НУБіП України, 2023.

---

**ОСОБИСТІ ДОСЯГНЕННЯ**

---

**РЕЗЮМЕ**

---



НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ  
УКРАЇНИ

03041, Україна, м. Київ,  
вул. Героїв Оборони, 15.

magystr\_dep@nubip.edu.ua  
<https://nubip.edu.ua/node/1027>

## ДОСВІД РОБОТИ

**Помічник біолога-дослідника - “Syngenta” (01.04.2021-31.08.2021)**

---