



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «Формування системи базових стратегій ТОВ
«ЕКОФАКТОР ХАБ»»

на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Здобувачки _____ Сидорової А.Ю.

2 курсу групи МРз-781

Керівник _____ доцент Голубьонкова О.О.

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від « 15 » грудня 2022 р., протокол № 5 .

Завідувач кафедри маркетингу,
підприємництва і торгівлі _____ проф. Лагодієнко В.В.

Одеса – 2022 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту, маркетингу і логістики

Кафедра маркетингу, підприємництва і торгівлі

Ступінь вищої освіти “магістр”

Спеціальність 075 “Маркетинг”

Освітньо-професійна програма “Маркетинг”

ЗАТВЕРДЖУЮ
Зав. кафедри маркетингу,
підприємництва і торгівлі

“30” вересня 2021 р

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧЦІ

Сидоровій Анні Юріївні

1. Тема проекту (роботи) «Формування системи базових стратегій ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ» та керівник к.е.н., доц. Голубьонкова О.О. затверджені наказом ОНТУ від «7» жовтня 2021 року № 851-03 та у редакції, затвердженій наказом від «22» серпня 2022 року № 477-03
2. Строк подання студентом проекту (роботи) 15.12.2022 року
3. Вихідні дані до проекту (роботи) аналітичні дані ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ» про обсяги виробництва та реалізації продукції за 2018-2021 роки, економічні показники діяльності ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ», огляд українського та світового ринку електроавтомобілів та інфраструктури.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. Розділ 1. Теоретичні основи формування системи базових стратегій підприємства. Розділ 2. Стратегічний маркетинговий аналіз діяльності ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ» Розділ 3. Розробка системи базових стратегій ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ» Висновки та пропозиції. Список використаних джерел.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) табличний матеріал з відображенням показників діяльності підприємства та маркетингової асортиментної політики, графічний матеріал з аналізу та оцінки маркетингового середовища підприємства, графічний матеріал - презентація до захисту роботи (14 слайдів)

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 30.09.2021 р.

Керівник _____ к.е.н., доц. Голубьонкова О.О.

Завдання прийняв до виконання _____ Сидорова А.Ю.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір робочого варіанту теми і призначення наукового керівника кваліфікаційної роботи.	01-25 вересня 2021 р.	виконано
2.	Затвердження робочого варіанту теми кваліфікаційної роботи	05-25 вересня 2021 р.	виконано
3.	Формування подання кафедри до наказу на затвердження теми та керівника. Отримання завдання на проведення наукового дослідження та підготовка календарного плану виконання кваліфікаційної роботи, затвердження його керівником та завідувачем кафедри.	30 вересня – 10 жовтня 2021р.	виконано
4.	Аналіз та дослідження літературних джерел, статистичних даних за темою кваліфікаційної роботи. Підготовка першого розділу, написання тез та статей	жовтень 2021 р. – серпень 2022 р.	виконано
5.	Проходження дослідницької практики, збір даних підприємства. Уточнення теми кваліфікаційної роботи.	14 серпня – 14 жовтня 2022 р.	виконано
6.	Обробка та узагальнення зібраного матеріалу за темою роботи	16-29 жовтня 2022 р.	виконано
7.	Підготовка першого (чорнового) варіанту роботи і подання його на прочитання науковим керівником.	30 жовтня – 07 листопада 2022 р.	виконано
8.	Доопрацювання тексту роботи з врахуванням зауважень наукового керівника, збагачення роботи додатковими дослідженнями, що проводились під час практики, і подання її на друге читання.	09-22 листопада 2022 р.	виконано
9.	Подання кваліфікаційної роботи для малого захисту на кафедрі, перевірка оформлення, на плагіат.	22-30 листопада 2022 р.	виконано
10.	Подання роботи на зовнішнє рецензування	01 - 05 грудня 2022 р.	виконано
11.	Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи	05-18 грудня 2022 р.	виконано
12.	Захист виконаної роботи на засіданні Екзаменаційної комісії.	21 грудня 2022 р.	

Здобувач-дипломник _____ Сидорова А.Ю.
(підпис) (прізвище та ініціали)Керівник проекту (роботи) _____ Голубьонкова О.О.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи СВО «магістр» студентки Сидорової Анни Юріївни, виконаної в Одеському національному технологічному університеті.

Магістерська робота на тему «Формування системи базових стратегій ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ» складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 87 сторінок, з них 81 сторінка основного тексту. Робота містить 11 рисунків, 10 таблиць, список використаних джерел, який складається із 57 найменувань.

Метою магістерської кваліфікаційної роботи є формування системи базових стратегій ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ» в умовах сьогодення в Україні. Об'єктом дослідження виступає ринок електроавтомобілів на якому ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ» веде свою діяльність. Предметом кваліфікаційної роботи є теоретичні та методичні засади формування маркетингових стратегій підприємств як умова для розвитку бізнесу та збільшення частки ринку і максимізації прибутку.

Методи наукового дослідження: абстрактно-логічний, порівняння і графічне представлення результатів. Крім того, PESTEL-аналіз, аналіз п'яти конкурентних сил М. Портера, матриця БКГ, матриця І. Ансоффа.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розробці науково-обґрунтованого комплексу маркетингових стратегій для ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ».

Практична значущість дипломної роботи полягає в формуванні загальної та конкурентної стратегії ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ», розробці системи маркетингових стратегій для ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ».

Ключові слова: підприємство, маркетингова стратегія, ринок електроавтомобілів, конкурентна стратегія, товарно-ринкова стратегія, цінова стратегія.

ANNOTATION

to the qualifying thesis of the SVO "master" of the student Sydorova Anna Yuriivna, completed at the Odesa National University of Technology.

The master's thesis on the topic "Formation of the system of basic strategies of "ECOFACTOR HUB" LLC consists of an introduction, three sections, conclusions and proposals, and a list of used sources. The total volume of the work is 87 pages, of which 81 pages are the main text. The work contains 11 figures, 10 tables, a list of used sources, which consists of 57 names.

The goal of the master's qualification work is the formation of a system of basic strategies of "ECOFACTOR HUB" LLC in the conditions of today in Ukraine. The object of the research is the market of electric cars in which "ECOFACTOR HUB" LLC conducts its activities. The subject of the qualification work is the theoretical and methodological foundations of the formation of marketing strategies of enterprises as a condition for business development and increasing market share and maximizing profits.

Methods of scientific research: abstract-logical, comparison and graphical presentation of results. In addition, PESTEL analysis, analysis of M. Porter's five competitive forces, BKG matrix, I. Ansoff matrix.

The scientific novelty of the obtained results lies in the development of a scientifically based set of marketing strategies for "ECOFACTOR HUB" LLC.

The practical significance of the thesis consists in the formation of the general and competitive strategy of "ECOFACTOR HUB" LLC, the development of a system of marketing strategies for "ECOFACTOR HUB" LLC.

Keywords: enterprise, marketing strategy, electric car market, competitive strategy, product and market strategy, price strategy.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ БАЗОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1 Сутність та зміст системи базових стратегій підприємства	9
1.2 Методичні підходи щодо формування системи базових стратегій підприємства.....	21
1.3 Шляхи підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства за рахунок розробки системи базових стратегій.....	30
Висновки до розділу 1	40
РОЗДІЛ 2 СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ»	42
2.1. Характеристика ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ».....	42
2.2 Аналіз факторів мікро- та макросередовища ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ»	48
2.3. Аналіз ділового портфелю ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ»	62
Висновки до розділу 2	66
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА СИСТЕМИ БАЗОВИХ СТРАТЕГІЙ ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ».....	68
3.1 Загальна та конкурентна стратегії ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ»	68
3.2 Система маркетингових стратегій ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ»	70
3.3 Прогноз ефективності системи маркетингових стратегій ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ».....	Ошибка! Закладка не определена.
Висновки до розділу 3	78
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82

ВСТУП

В даний час маркетинговий підхід до ведення бізнесу особливо поширений у діяльності виробничих підприємств, які працюють в умовах жорсткої конкуренції та економічної кризи.

Електромобілі стають все більш популярним видом транспорту по всьому світу. Користуються певним попитом такі машини на території України. Але широкому їхньому поширенню заважає три нюанси – висока вартість транспорту, порівняно невелика кількість заправних станцій та відсутність карт, що показують розташування електростанцій.

Функціонування вітчизняних підприємств в умовах ринкової економіки зумовлює необхідність адаптованого управління, планування товарного асортименту, який відповідає потребам населення та водночас сприяє прибутковості виробників. У зв'язку з цим доцільним стає використання теоретичних концепцій та практичного інструментарію маркетингу, значною складовою якого є стратегічне планування.

Здійснюючи ефективну маркетингову діяльність, підприємство отримує можливість вирішувати довгострокові стратегічні завдання, проникати на нові ринки і виводити на них нові товари, пристосовуватися до мінливих умов ринкової кон'юнктури. Але для того, щоб маркетингова діяльність підприємства мала очікуваний результат, необхідна розробка ефективної маркетингової стратегії, яка здійснюється, виходячи з загальної стратегії підприємства, місії, позиції на ринку, і є головною умовою отримання запланованого результату.

Здобувач	Сидорова А.Ю.			КРМ. МПіТ.1.477-03.П.2.7			
				Текстова частина	Стад		Стор.
						6	87
Керівник	Голубьонкова О.О.				ОНТУ		
Зав.каф.	Лагодієнко В.В.						

Щоб бути першим серед конкурентів, підприємству необхідно розробити та дотримуватися обраної маркетингової стратегії. Вибір стратегії залежить від становища фірми всередині галузі, тому і обраний шлях розвитку для кожного виробника індивідуальний та має свої коротко- та довгострокові цілі, реалізація яких гарантує успіх та досягнення бажаних результатів. Кожне підприємство у своїй діяльності може використовувати декілька стратегій одночасно.

Існує велика кількість стратегій, які допомогли багатьом окремим підприємствам стабілізувати свою економічну діяльність та вийти з кризи або запобігти їй. Їх сутність відображена у працях відомих українських та зарубіжних дослідників, таких як І. Ансофф (матриця «товар-ринок»), М. Портер (модель п'яти конкурентних сил), Ф. Котлер, М. Мескон, Павленко А. Ф., Войчак А. В., Примак Т. О., Балабанова Л. В., Іляшенко С.М., Божкова В.В. та ін.

Метою магістерської кваліфікаційної роботи є формування системи базових стратегій ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ» в умовах сьогодення в Україні.

Досягнення мети передбачає виконання поставлених завдань:

- вивчити теоретичні основи формування системи базових стратегій підприємства;
- аналіз мікро- та макросередовища ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ»;
- аналіз конкурентного середовища на ринку електроавтомобілів та їх інфраструктури;
- портфельний аналіз стратегічних зон господарювання ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ»;
- формування загальної та конкурентної стратегії ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ»;
- розробка системи маркетингових стратегій підприємства.

Предметом кваліфікаційної роботи є теоретичні та методичні засади формування маркетингових стратегій підприємств як умова для максимізації прибутку та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Об'єктом дослідження виступає ринок електроавтомобілів та їх інфраструктури на якому ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ» веде свою діяльність.

В процесі написання магістерської кваліфікаційної роботи використовувалися загальноприйняті в економічній науці методи дослідження: абстрактно-логічний, порівняння і графічне представлення результатів. Крім того, PESTEL-аналіз, аналіз п'яти конкурентних сил М. Портера, матриця БКГ, матриця І. Ансоффа.

Інформаційною базою дослідження є нормативні та законодавчі акти України, статистичні дані Державного комітету статистики України і його органів, наукові публікації зарубіжних та вітчизняних вчених, результати самостійно проведених досліджень підприємства.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розробці науково-обґрунтованого комплексу маркетингових стратегій для ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ».

Практична значущість кваліфікаційної роботи полягає в формуванні загальної та конкурентної стратегії ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ», розробці системи маркетингових стратегій для ТОВ «ЕКОФАКТОР ХАБ».

Магістерська кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел. Робота містить 87 сторінок, з них 81 сторінка основного тексту, 11 рисунків, 10 таблиць.

Основні результати проведеного дослідження було апробовано на IV Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні аспекти соціально-економічного розвитку України: погляд молоді», Одеса, ОНТУ, 20-21 жовтня 2022 року.