

Міністерство освіти і науки України
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту і логістики



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему: Удосконалення продуктової стратегії підприємства

ШИФР КРБ МІЛ 1.481-03.1.23

Здобувачка Дарія СКИБА

Керівник к.е.н. доц. Юлія ДЬЯЧЕНКО

ст. викладач Євгенія КОРЕНМАН

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 17.05.2023 р., протокол №15

Завідувачка

кафедри менеджменту і логістики _____ Ірина СЕДІКОВА

(підпис)

Одеса – 2023 р.

Одеський національний технологічний університет

Факультет

Менеджменту, маркетингу та публічного
адміністрування

Кафедра

Менеджменту і логістики

Ступінь вищої освіти

Перший (бакалаврський)

Спеціальність

073 – Менеджмент

Освітня програма

Менеджмент

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Завідувач кафедри МіЛ

_____ (підпис)

“ ___ ” ____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА ЗДОБУВАЧА

Скиби Дарії

(прізвище, ім'я та по-батькові студента)

1. Тема роботи: «Удосконалення продуктової стратегії підприємства»
затвердженою наказом по університету від 23.08.2022 р. № 481-03.
2. Термін здачі студентом закінченої роботи 01.06.2023 р.
3. Вихідні дані роботи: звіти діяльності підприємства, законодавчі акти, статистичні збірники, наукові публікації вчених менеджерів та економістів
- 4.Зміст кваліфікаційної роботи бакалавра. Вступ. Розділ 1 Теоретичні засади формування продуктової стратегії підприємства. 1.1 Поняття та види продуктової стратегії. 1.2 Процес розробки продуктової стратегії. Висновки до розділу 1. Розділ 2 Аналіз господарської діяльності ПП «Хаджибей 2005». 2.1 Аналіз хлібопекарської галузі України. 2.2 Загальна характеристика ПП «Хаджибей 2005». 2.3 Аналіз конкурентоспроможності підприємства ПП «Хаджибей 2005». Висновки до розділу 2. Розділ 3 Шляхи удосконалення продуктової стратегії ПП «Хаджибей 2005». 3.1 Аналіз продуктового портфеля ПП «Хаджибей 2005». 3.2 Оцінка інвестиційної привабливості проекту. Висновки до розділу 3. Висновки.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) таблиць 15, рисунків 13.

6. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів проекту, що стосуються їх:

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Нормоконтроль			

7. Дата видачі завдання 25.02.2023 р.

Керівник _____
(підпис)

Завдання прийняв до виконання _____
(підпис)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Проходження комплексної практики	25.02.23-14.03.23	виконано
2	Захист звіту з практики	15.03.23-17.03.23	виконано
3	Розробка теоретичного розділу	20.03.23-31.03.23	виконано
4	Розробка аналітичного розділу	01.04.23-14.04.23	виконано
5	Розробка проєктного розділу	15.04.23-02.05.23	виконано
6	Розробка інших складових кваліфікаційної роботи	03.05.23-07.05.23	виконано
7	Розгляд науковим керівником чорнового варіанту кваліфікаційної роботи	08.05.23-11.05.23	виконано
8	Доопрацювання роботи з урахуванням пропозицій наукового керівника та підготовка її у чистовому варіанті	12.05.23-16.05.23	виконано
9	Розгляд науковим керівником чистового варіанту кваліфікаційної роботи та підготовка до малого захисту	17.05.23-19.05.23	виконано
10	Нормоконтроль роботи	22.05.23-24.05.23	виконано
11	Перевірка роботи на плагіат	22.05.23-24.05.23	виконано
12	Малий захист та доробка роботи по результатах малого захисту	25.05.23-31.05.23	виконано
13	Передача роботи завідувачу кафедри для отримання дозволу на захист	01.06.23-04.06.23	виконано
14	Зовнішнє рецензування кваліфікаційної роботи	05.06.23-10.06.23	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи	12.06.23-23.06.23	виконано

Здобувач _____
(підпис)

Керівник роботи _____
(підпис)

АНОТАЦІЯ

Основним завданням підприємств-виробників продукції є задоволення потреб споживачів. В умовах посиленої конкурентної боротьби для успішної діяльності підприємства повинні мати продуману продуктову стратегію, яка дозволить оптимізувати процес оновлення товарного асортименту та стане показником спрямованості дій, здатних покращити поточну ситуацію, а також послужить орієнтиром для подальшого розвитку компанії. Відсутність вдалої продуктової стратегії може призвести до втрати позицій на ринку, зниження конкурентоспроможності та погіршенню фінансових результатів діяльності підприємства.

У першому розділі «Теоретичні засади формування продуктової стратегії підприємства» визначено сутність поняття «стратегія підприємства», досліджено ієрархію стратегій, охарактеризовано продуктові стратегії та процес їх розробки, описано інструменти, що використовуються в цьому процесі.

У другому розділі «Аналіз господарської діяльності ПП «Хаджибей 2005» проаналізовано діяльність підприємства, його внутрішнє середовище, фінансовий стан. Проведено аналіз зовнішнього середовища підприємства: макро- та мікрофакторів. Досліджено хлібопекарську галузь України, встановлено наявні можливості та загрози для підприємств.

У третьому розділі «Шляхи удосконалення продуктової стратегії ПП «Хаджибей 2005» проаналізовано портфель підприємства, запропоновано реалізувати стратегію «розвиток товару» за класифікацією І. Ансофа та обґрунтовано економічну ефективність впровадження нового продукту.

Кваліфікаційна робота бакалавра містить 61 сторінку, 15 таблиць, 13 рисунків. Перелік посилань нараховує 35 найменувань.

Ключові слова: стратегія, стратегічне управління, продуктова стратегія, функціональні стратегії, хлібопекарська галузь.

SUMMARY

The main task of manufacturing companies is to meet the needs of consumers. In the context of intensified competition, to be successful, companies must have a well-thought-out product strategy that will optimize the process of updating the product range and will serve as an indicator of the direction of actions that can improve the current situation, as well as serve as a guide for the company's further development. The absence of a successful product strategy can lead to a loss of market position, a decrease in competitiveness and a deterioration in the financial performance of the company.

In the first section "Theoretical Foundations of Formation of the Enterprise Product Strategy" the author defines the essence of the concept of "enterprise strategy", studies the hierarchy of strategies, characterizes product strategies and the process of their development, and describes the tools used in this process.

In the second section "Analysis of economic activity of PE "Khadzhibey 2005" the author analyzes the activity of the enterprise, its internal environment, and financial condition. The external environment of the enterprise is analyzed: macro- and micro-factors. The bakery industry of Ukraine was studied, the existing opportunities and threats to enterprises were identified.

In the third section "Ways to improve the product strategy of PE "Khadzhibey 2005" the company's portfolio is analyzed, it is proposed to implement the strategy of "product development" according to the classification of I. Ansoff and the economic efficiency of introducing a new product is substantiated.

The bachelor's thesis contains 61 pages, 15 tables, 13 figures. The list of references includes 35 items.

Keywords: strategy, strategic management, product strategy, functional strategies, bakery industry

ЗМІСТ

ВСТУП	Ошибка! Закладка не определена.
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	Ошибка! Закладка не определена.
1.1 Поняття та види продуктової стратегії.....	Ошибка! Закладка не определена.
1.2 Процес розробки продуктової стратегії	Ошибка! Закладка не определена.
Висновки до розділу 1	Ошибка! Закладка не определена.
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПП «ХАДЖИБЕЙ 2005»	Ошибка! Закладка не определена.
2.1 Аналіз хлібопекарської галузі України.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.2 Загальна характеристика ПП «Хаджибей 2005»....	Ошибка! Закладка не определена.
2.3 Аналіз конкурентоспроможності підприємства ПП «Хаджибей 2005»	Ошибка! Закладка не определена.
Висновки до розділу 2	Ошибка! Закладка не определена.
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОДУКТОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПП «ХАДЖИБЕЙ 2005»	Ошибка! Закладка не определена.
3.1 Аналіз продуктового портфеля ПП «Хаджибей 2005»	Ошибка! Закладка не определена.
3.2 Оцінка інвестиційної привабливості проекту	Ошибка! Закладка не определена.
Висновки до розділу 3	Ошибка! Закладка не определена.
ВИСНОВКИ.....	7
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	9

ВИСНОВКИ

В роботі ми розглянули такі поняття як «стратегія підприємства», «продуктова стратегія». Ми встановили, що необхідність розробки підприємствами стратегії викликана нестабільністю ринкового середовища, неповнотою інформації про його майбутній стан і вплив на підприємство. Продуктова стратегія являє собою ключову стратегію, спрямовану на аналіз, розробку та прийняття стратегічних рішень стосовно номенклатури, асортименту, якості та обсягу виробництва продуктів, а також їх реалізації на ринку.

Для того, щоб створити і вивести новий продукт на ринок необхідно знайти ідею чи продукт, що зміг би і вирішити проблему споживачів, і чимось відрізнятись від інших продуктів. Також, значну увагу треба приділити цільовій аудиторії та зрозуміти з яким посилом до неї краще звертатися. Відсутність продуктової стратегії на підприємстві може призвести до нестійкої структури асортименту, втрати контролю над конкурентоспроможністю. Підприємству важливо домогтись того, щоб їх товар в очах покупців відрізнявся від товарів конкуруючих фірм завдяки упаковці, кольору, особливим елементам дизайну, якщо це харчовий продукт, то смаковим якостям, зовнішнім виглядом.

Було проведено аналіз зовнішнього середовища підприємства, де було виявлено проблеми та перспективи і сучасний стан хлібопекарської галузі України. Нині хлібопекарські підприємства функціонують у всіх областях України, але конкурентна ринкова боротьба та кризові явища в Україні призвели до зменшення кількості промислових підприємств борошняної та хлібобулочної продукції. В наш час, у зв'язку з вторгненням Російської Федерації та ракетні удари по об'єктах критичної інфраструктури, в Україні спостерігаються перебої з електроенергією. Це може вплинути на суттєве скорочення асортименту хлібобулочних виробів. Підприємства, які випікають хліб були змушені працювати на дизельних генераторах, у зв'язку з цим може

зрости ціна на хлібобулочні вироби та їх асортимент скоротиться. Також відбулися збої в ланцюгах поставок, що спричинили зростання цін на продовольство.

Крім цього, в роботі було проведено аналіз внутрішнього середовища ПП «Хаджибей 2005», досліджено його фінансовий стан. Даний аналіз було доповнено SWOT-аналізом підприємства.

В результаті проведення аналізу ми виявили, що дане підприємство має вузький асортимент, що характеризується низьким ступенем оновлення. Нами було запропоновано запровадити продуктову стратегію «розвиток продукту» за класифікацією І. Ансоффа. А саме: техніко-технологічний розвиток, інноваційна діяльність по розробці і впровадженню нових видів продукції, технологій, організаційних форм.

Запропоновано розробити лінійку продукції хлібобулочних виробів в сегменті «булочні вироби», а саме: круасани з трьома начинками: з шоколадно-горіховою пастою, зі згущеним молоком та круасани з персиковим джемом. Адже проаналізувавши ринок хлібобулочних виробів України можна побачити, що попит на круасани за останні роки збільшився. Також наше підприємство повністю забезпечене усією необхідною сировиною для впровадження даного продукту. Для реалізації даного проекту необхідно закупити машину для формування круасанів та інжекторну машину для начинки круасанів. Нами було проведено розрахунки інвестиційної привабливості проекту та доведено доцільність його запровадження, оскільки чистий приведений дохід дорівнює 16,745 тис. грн, термін окупності інвестицій складає 4,73 року, індекс дохідності дорівнює 1,03 грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дурович А. П., Копанев А. С. Маркетинг в туризмі: Учеб. посібник / Під загальною ред. З. М. Горбилевой.-Мн.: «Економпрес», 1998.-400 с.
2. Персональний журнал керівника «Генеральний директор»: посилання - <https://www.gd.ru/articles/12112-strategiya-razvitiya-produkta>
3. Струнін В.В., Філоненко Т.М. Вітчизняний ринок хлібобулочних виробів: сучасний стан та перспективи розвитку. Інтернет джерело: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3661>
4. Сичевський М. П., Васильченко О. М., Коваленко О. В. Хлібопекарська галузь України: тенденції та проблеми її розвитку // Економіка АПК. 2018. №5. С. 14–23.
5. Ніколаєнко С.М, Куліш С.Г, Янченко А.В: стаття «Аналіз виробництва хліба та хлібобулочних виробів в Україні. Інтернет джерело: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-3-43>. С.253
6. Клавдієва Е. В. Розробка товарної стратегії підприємства і вибір оптимального варіанту оновлення продукції. Дисс. канд. екон. наук. - К., - 2009. - 160 с.
7. Студентська бібліотека «Букліб». Сутність стратегії та стратегічний набір. Інтернет джерело : <https://buklib.net/books/26146/>
8. Офіційний сайт «Одеський коровай». Інтернет джерело: <https://korovay.od.ua/#about-company>
9. Офіційний сайт Бізнес-гід «Нове діло». Інтернет джерело : <https://nove-dilo.business-guide.com.ua/>
10. Офіційний сайт Бізнес-гід ТОВ «Білгород-Дністровська паляниця» Інтернет джерело: <https://bilgorod-dnistrovska-palyanitsya.business-guide.com.ua/>
11. Розробка ефективної стратегії за допомогою матриці Ансоффа. Інтернет джерело:https://stud.com.ua/45487/ekonomika/rozrobka_efektivnoyi_strategiyi_d_opomogoyu_matritsi_ansoffa

12. Оцінка стратегічних можливостей СБО. Інтернет джерело : <https://mix.sumdu.edu.ua/textbooks/1141/367859/index.html>
13. Матриця BCG (Бостонської консалтингової групи). Інтернет джерело : https://stud.com.ua/43067/ekonomika/matritsya_bostonskoyi_konsaltingovoyi_grupi
14. Методика побудови матриці БКГ. Інтернет джерело: <https://buklib.net/books/36618/>
15. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства. Інтернет джерело: <https://buklib.net/books/25143/>
16. Продуктово-товарні стратегії підприємства. Інтернет джерело: https://allref.com.ua/uk/skachaty/Produktovo-tovarnye_strategii_predpriyatiya
17. Основы маркетинга. Краткий курс. Перевод с английского издательства "Прогресс", 2007. – 656 с. – (Издательский дом «Вильямс»).
18. Григорчук Т.В. Навчальний посібник для дистанційного навчання "Маркетинг. Частина друга", виданий Університетом "Україна", К. 2007.
19. Маркетингова товарна політика: розробка нового товару. Інтернет джерело: <https://buklib.net/books/32499/>
20. Маркетингові цінові стратегії. Інтернет джерело: https://pidru4niki.com/82295/marketing/marketingovi_tsinovi_strategiyi.
21. О. Г. Ратушняк В. Д. Клопська. Розробка та реалізація збутової стратегії підприємства.
22. Комунікаційні стратегії в маркетинговій діяльності. Інтернет джерело: <https://buklib.net/books/37102/>
23. Електронний журнал «Ефективна економіка» № 5, 2012. Аналіз вибору стратегії розвитку компанії на основі моделі життєвого циклу товару на ринку(ЖКЦ) та матриці Бостонської консультаційної групи (БКГ) Інтернет джерело: <http://www.economy.nayka.com.ua/>
24. Класичний рецепт французького круасану. Інтернет джерело: <https://rastoyka.com.ua/uk/klasychnyj-kruasan-frantsuzkyj-istoriia-tekhnohiiia-vyhotovlennia-retsept/>

25. Конструкція обладнання CROYMAT. Інтернет джерело:
<http://silence.ua/ru/mashiny-dlya-formovaniya-kruassanov-croymat.html>
26. Інжекторна машина для начинки круасанів. Характеристика та опис. Інтернет джерело: <https://prom.ua/ua/p1430404068-inzhektornaya-mashina-dlya.html>
27. Стратегічне управління. Інтернет джерело:
<https://mix.sumdu.edu.ua/textbooks/1141/367836/index.html>
28. Піраміда стратегій за рівнями стратегічних рішень. Інтернет джерело:
<https://studfile.net/preview/5705909/page:40/>
29. Стратегічні альтернативи, що базуються на методі "товар — ринок". Інтернет джерело:
https://pidru4niki.com/12920522/turizm/strategichni_alternativi_bazuyutsya_meto_di_tovar_rinok
30. Матриця Бостонської консалтингової групи (БКГ). Стратегічне управління. Інтернет джерело: <https://mix.sumdu.edu.ua/textbooks/1141/367860/index.html>
31. Основні етапи формування стратегії підприємства. Інтернет джерело:
http://ni.biz.ua/6/6_8/6_80397_osnovnie-etapi-formirovaniya-strategii-predpriyatiya.html
32. Оцінка поточного стану підприємства. Інтернет джерело:
https://stud.com.ua/116172/marketing/otsinka_potochnogo_stanu_pidpriyemstva
33. Навчально-інформаційний портал ВП НУБіП України "Ніжинський агротехнічний інститут. Стратегічний менеджмент у системі управління організацією. Інтернет джерело:
<http://moodle.nati.org.ua/mod/book/tool/print/index.php?id=5273>
34. Сайт Державної служби статистики України. Інтернет джерело:
<http://www.ukrstat.gov.ua>
35. Сайт міністерства фінансів України. Інтернет джерело:
<https://index.minfin.com.ua/labour/wagemin/>