

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ І ТУРИЗМУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему: «Формування маркетингової стратегії розвитку підприємства
(на матеріалах ТОВ «ТЕК СТАР»)»

«Formation of the marketing strategy of enterprise development
(on the materials of LLC «TEK STAR»)»

Виконав: здобувач другого (магістерського)
рівня вищої освіти групи БМР
спеціальності 075 «Маркетинг»
(шифр і назва спеціальності)
освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Манзик М.В.
(прізвище та ініціали здобувача)

Керівник Савін С.Ю.
(прізвище та ініціали)

Хмельницький 2024 рік

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

Кафедра менеджменту, маркетингу і туризму

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри

к.е.н., доц. Руслан НАБОКА

« 05 » жовтня 2023 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Манзику Максиму Вячеславовичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Формування маркетингової стратегії розвитку підприємства
(на матеріалах ТОВ «ТЕК СТАР»)»

керівник роботи Савін Станіслав Юрійович, д.е.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від 04 жовтня 2023 р., №530-с

2. Строк подання здобувачем роботи 25 січня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи планові та звітні дані щодо діяльності

ТОВ «ТЕК СТАР» за період 2017–2023 рр.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Теоретичні засади формування маркетингової стратегії розвитку підприємства

2. Діагностика передумов формування маркетингової стратегії розвитку ТОВ «ТЕК СТАР»

3. Формування та впровадження маркетингової стратегії розвитку в діяльність ТОВ «ТЕК СТАР»

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Табл. 22 рис. 17 Наочний матеріал на 5 аркушах

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ім'я та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
<i>Консультант з написання I-III розділів</i>	<i>Станіслав САВІН – д.е.н., професор</i>		
<i>Консультант з нормоконтролю</i>	<i>Олена БИЛИМ – док.філос., ст. викладач</i>		

7. Дата видачі завдання 04 жовтня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Огляд літературних джерел з теми	05.10.2023 - 09.10.2023	виконано
2	Складання і затвердження плану роботи	10.10.2023 - 11.10.2023	виконано
3	Робота над теоретико-методичним розділом	12.10.2023 - 20.10.2023	виконано
4	Робота над дослідницько-аналітичним розділом	21.10.2023 - 05.11.2023	виконано
5	Робота над проектно-рекомендаційним розділом	06.11.2023 - 20.11.2023	виконано
6	Формулювання висновків за темою дослідження	21.11.2023 - 11.12.2023	виконано
7	Оформлення роботи	12.12.2023 - 10.01.2024	виконано
8	Надання роботи керівнику для перевірки та написання подання	11.01.2024 - 14.01.2024	виконано
9	Подання роботи для перевірки у КСПНП	15.01.2024	виконано
10	Захист роботи в ЕК	25.01.2024	

Здобувач

(підпис)

Максим МАНЗИК

(ім'я прізвище)

Керівник роботи

(підпис)

Станіслав САВІН

(ім'я прізвище)

АНОТАЦІЯ

Манзык М.В. Формування маркетингової стратегії розвитку підприємства (на матеріалах ТОВ «ТЕК СТАР»)

Кваліфікаційна робота магістра присвячена дослідженню теоретико-методичних та практичних аспектів формування маркетингової стратегії розвитку підприємства. Розглянуто особливості процесу формування маркетингової стратегії розвитку транспортно-експедиторських підприємств, визначено чинники ефективності маркетингової стратегії розвитку транспортно-експедиторських підприємств. Здійснено оцінку ефективності діяльності ТОВ «ТЕК СТАР». Надано практичні рекомендації щодо формування та впровадження маркетингової стратегії розвитку в діяльність досліджуваного підприємства.

Ключові слова: підприємство, ефективність, маркетингова стратегія, транспорт, формування.

ANNOTATION

Manzyk M.V. Formation of the marketing strategy of enterprise development (on the materials of LLC «TEK STAR»)

The master's qualification work is devoted to the study of theoretical, methodological and practical aspects of the formation of a marketing strategy for the development of an enterprise. The peculiarities of the process of forming a marketing strategy for the development of transport-forwarding enterprises are considered, and the factors of the effectiveness of the marketing strategy for the development of transport-forwarding enterprises are determined. An assessment of the effectiveness of the activities of TEK STAR LLC was carried out. Practical recommendations are provided for the formation and implementation of a marketing development strategy in the activities of the enterprise under study.

Key words: enterprise, efficiency, marketing strategy, transport, formation.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1. Сутність, цілі та види маркетингової стратегії розвитку підприємства	9
1.2. Особливості процесу формування маркетингової стратегії розвитку транспортно-експедиторських підприємств	19
1.3. Чинники ефективності маркетингової стратегії розвитку транспортно-експедиторських підприємств	27
Висновки до розділу 1	33
РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА ПЕРЕДУМОВ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТОВ «ТЕК СТАР»	35
2.1. Загальна характеристика діяльності ТОВ «ТЕК СТАР»	35
2.2. Аналіз маркетингової діяльності підприємства	45
2.3. Оцінка стратегічного стану ТОВ «ТЕК СТАР» на ринку міжнародних автомобільних вантажних перевезень	54
Висновки до розділу 2	61
РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ В ДІЯЛЬНІСТЬ ТОВ «ТЕК СТАР»	64
3.1. Визначення стратегічних напрямів розвитку підприємства в умовах конкурентного середовища	64
3.2. Розробка маркетингової стратегії розвитку ТОВ «ТЕК СТАР»	73
3.3. Оцінка ефективності маркетингової стратегії розвитку підприємства	81
Висновки до розділу 3	87
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	94
ДОДАТКИ	99

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи магістра у тому, що у сучасних ринкових умовах маркетингова діяльність є невід'ємною частиною системи управління організації. Вона займає важливе місце у забезпеченні результатів функціонування підприємства. Від того, наскільки грамотно організована діяльність маркетингу, залежать не тільки фінансові результати компанії, а й взаємодія відділів зв'язку з громадськістю, бренд підприємства. Вся діяльність підприємства повинна вибудовуватися від цілей встановлених маркетингологами, позначених у конкретних числових значеннях: який прибуток потрібно і можна отримати, у які терміни, і навіть обов'язки співробітників мають бути чітко розподілені відповідно до їх компетенціями.

Суть і зміст маркетингової діяльності полягають у забезпеченні виконання головної мети будь-якої комерційної організації - забезпечення продажів і генерація грошового потоку. Сучасний споживач над ринком транспортних послуг пред'являє високі вимоги: необхідне якість послуг, супутній сервіс тощо. буд. Внаслідок цього зростає конкуренція підприємств, що змушує власників цілеспрямовано вдосконалювати службу збуту та багато іншого.

Розробка та реалізація стратегії подальшого розвитку виступає необхідним інструментом розвитку компанії в умовах динамічних зовнішніх та внутрішніх змін ринку транспортних послуг.

Метою кваліфікаційної роботи магістра є формування та впровадження маркетингової стратегії розвитку в діяльність ТОВ «ТЕК СТАР».

Виходячи з мети дослідження, у роботі були поставлені такі завдання:

- розглянути сутність, цілі та види маркетингової стратегії розвитку підприємства;
- дослідити особливості процесу формування маркетингової стратегії розвитку транспортно-експедиторських підприємств;
- визначити чинники ефективності маркетингової стратегії розвитку

транспортно-експедиторських підприємств;

- надати загальну характеристику діяльності ТОВ «ТЕК СТАР»;
- проаналізувати маркетингову діяльність підприємства;
- надати оцінку стратегічного стану ТОВ «ТЕК СТАР» на ринку міжнародних автомобільних вантажних перевезень;
- визначити стратегічні напрями розвитку підприємства в умовах конкурентного середовища;
- розробити маркетингову стратегію розвитку ТОВ «ТЕК СТАР»;
- оцінити ефективність запровадженої маркетингової стратегії розвитку підприємства

Об'єктом дослідження є процеси формування маркетингової стратегії підприємства.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних аспектів формування маркетингової стратегії підприємства.

Робота ґрунтується на базових методологічних засадах системного та стратегічного аналізу, способу експертних висновків, статистичних та економетричних методах логічного, економічного та математичного моделювання.

Інформаційну основу роботи склали: офіційні документи; офіційні статистичні дані щодо теми дослідження; матеріали періодичного друку; навчальна література. Інформаційною базою дослідження послужили фактичні матеріали транспортної організації ТОВ «ТЕК СТАР», а також праці фахівців у галузі управління маркетинговою діяльністю організації різних авторів, таких як: Є. Нагорний, А. Артеменко, Д. Іванова, О. Левченко, В. Наумова, Д. Койл, Д. Купер, К. Вінстон, Л. Елрам.

Практична значущість роботи полягає в тому, що проведений аналіз маркетингової діяльності ТОВ «ТЕК СТАР» та пропозиції щодо її вдосконалення можуть бути використані для формування чи вдосконалення маркетингової діяльності транспортної організації.

Теоретичною і методичною основою дослідження є законодавчі акти

України, постанови уряду. У процесі написання кваліфікаційної роботи магістра досліджені праці провідних українських і зарубіжних спеціалістів в галузі управління маркетинговою діяльністю підприємств.

Під час виконання кваліфікаційної роботи магістра використовувались загальнонаукові методи аналізу, метод статистичного спостереження, метод групувань, табличний та графічний методи для проведення структурного аналізу, економіко-статистичний метод, SWOT-аналіз.

Теоретичні положення кваліфікаційної роботи магістра доведені до рівня конкретних методичних рекомендацій і можуть бути використані керівництвом ТОВ «ТЕК СТАР» під час формування системи заходів щодо удосконалення маркетингової діяльності підприємства.

Результати дослідження щодо формування маркетингової стратегії розвитку підприємства були апробовані на Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції «Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг» (28 листопада 2023 р. м. Хмельницький).

Кваліфікаційна робота магістра містить 22 таблиці, 17 рисунків, використано 44 джерела літератури. Обсяг роботи 103 сторінки.