

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему:

«РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА»

Виконав: здобувач 2 курсу,

групи МГ-21м

Спеціальності 075 Маркетинг

Науменко Володимир Сергійович

Керівник: Тараненко І.В., д.е.н., проф.

**Дніпро
2023**

АНОТАЦІЯ

Науменко В.С. Розробка маркетингової стратегії промислового підприємства.

У роботі вирішується проблема розробки та впровадження маркетингової стратегії промислового підприємства ТОВ ВКФ “Електропромремонт” для зменшення залежності від стану економіки України, збільшення прибутку та стабілізації завантаження виробництва. Для цього розглянули теоретико-методичні основи формування маркетингової стратегії. Виконали аналіз ринку промислового ремонту електрообладнання України, внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. На основі отриманих даних, розробили маркетингову стратегію та заходи для її впровадження. Довели доцільність та ефективність маркетингової стратегії.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова стратегія, промисловість, електрообладнання, енергетика, послуги з ремонту.

SUMMARY

Naumenko V.S. Development of a marketing strategy of an industrial enterprise.

The Master's thesis solves the problem of developing and implementing a marketing strategy for the industrial enterprise "Electropromremont" to reduce dependence on the state of the Ukrainian economy, increase profits and stabilize production load. To do this, we considered the theoretical and methodological foundations of marketing strategy formation. Analyzed the market of industrial repair of electrical equipment in Ukraine, internal and external environment of the enterprise. Based on the received data, a marketing strategy and measures for its implementation were developed. Proved the expediency and effectiveness of the marketing strategy.

Keywords: marketing, marketing strategy, industry, electrical equipment, energy, repair services.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1. Сутність та зміст маркетингової стратегії.....	9
1.2. Процес розробки маркетингової стратегії.....	13
1.3. Види маркетингових стратегій.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ТОВ ВКФ “ЕЛЕКТРОПРОМРЕМОНТ”	28
2.1. Характеристика ТОВ ВКФ “Електропромремонт” та аналіз його внутрішнього середовища	28
2.2. Аналіз та визначення тенденцій ринку промислового ремонту електрообладнання	34
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища ТОВ ВКФ “Електропромремонт”	39
2.3.1. Аналіз мікросередовища	39
2.3.2. Аналіз макросередовища. PEST-аналіз	50
2.4. SWOT-аналіз підприємства	52
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ТОВ ВКФ “ЕЛЕКТРОПРОМРЕМОНТ”	55
3.1. Маркетингове кабінетне дослідження можливостей розвитку підприємства	55
3.2. Розробка маркетингової стратегії ТОВ ВКФ “Електропромремонт”	74
3.3. Контроль маркетингової діяльності підприємства та визначення ефективності розробленої стратегії.....	83
ВИСНОВКИ	86
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	88
ДОДАТКИ.....	93