

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

(підпис)
“ ____ ” _____ 2024 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр**

зі спеціальності 075 Маркетинг

за освітньою програмою «Маркетинг та міжнародна логістика»

на тему: «**Маркетингова стратегія та її розробка на прикладі ГО
"Робимо вам нерви"**»

Виконавець:

студент ФМЕ

Степанова Яніна Максимівна _____

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Тарасова Кристина Ігорівна _____

Одеса 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ	4
1.1. Сутність та зміст поняття «маркетингова стратегія».....	4
1.2. Класифікація маркетингових стратегій.....	11
1.3 Теоретичні аспекти розробки маркетингових стратегій підприємств.....	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВИХ АСПЕКТІВ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ГО «РОБИМО ВАМ НЕРВИ»	23
2.1. Організаційно-економічна характеристика ГО «Робимо вам нерви»	23
2.2. Аналіз маркетингової діяльності ГО «Робимо вам нерви».....	32
2.3. Аналіз чинників впливу при розробці маркетингової стратегії ГО «Робимо вам нерви».....	40
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ГО «РОБИМО ВАМ НЕРВИ»	50
3.1. Заходи для забезпечення покращення процесу розробки маркетингової стратегії ГО «Робимо вам нерви».....	50
3.2 Пропозиції з удосконалення маркетингової стратегії ГО «Робимо вам нерви»	57
ВИСНОВКИ	70
Список використаних джерел	73

ВСТУП

Актуальність теми. У наш час маркетинговий підхід в управлінні підприємствами вже не просто набуває популярності, а є чи не найпоширенішим. В сучасних умовах перевищення пропозиції над попитом, постійної гонитви за увагою споживачів та жорстокої конкуренції маркетинговий підхід є оптимальним варіантом управління.

За допомогою ефективної маркетингової діяльності підприємства мають змогу стабілізувати та підвищити прибутки, захоплювати нові ринки, передбачати зміну в поведінці споживачів та оперативно пристосовуватися до постійних змін ринкового середовища. Розробка ефективної маркетингової стратегії, що працюватиме в синергії з загальною стратегією підприємства та іншими функціональними стратегіями відіграє в цьому чи не найважливішу роль, а також є гарантією досягнення поставлених цілей.

Обрана тема кваліфікаційної роботи передбачає аналіз маркетингової діяльності та надання пропозицій щодо вдосконалення маркетингової стратегії ГО «Робимо вам нерви», одеської громадської організації, місією якої є відновлення української самобутності міста Одеса.

Теоретично-методологічну базу кваліфікаційної роботи склали праці зарубіжних та вітчизняних учених: Писаренко В.В. та Багорка М.О., Сенишин О. С. та Кривешко О. В, Котлер Ф. та Армстронг Г., Струк Н.Р. та Капраль О.Р., Ковальчук В.В. та інші. Роботи перелічених учених присвячені питанням маркетингової діяльності, маркетинговому підходу управління підприємствами та безпосередньо розробці маркетингових стратегій.

Метою кваліфікаційної роботи є аналіз теоретичних аспектів маркетингових стратегій, здійснення комплексного аналізу маркетингової діяльності ГО «Робимо вам нерви» та надання пропозицій з удосконалення маркетингової стратегії і рекомендацій щодо заходів, які сприятимуть покращенню процесу розробки маркетингової стратегії.

ВИСНОВКИ

Таким чином, у кваліфікаційній роботі охарактеризовані сутність та зміст поняття «маркетингова стратегія» і визначено, що маркетингова стратегія – це стратегічний напрям діяльності підприємства, план дій, який передбачає обґрунтування та реалізацію системи маркетингових заходів й інструментів з метою досягнення маркетингових цілей. Вона включає в себе середньо- або довгострокові рішення щодо визначення цільових сегментів ринку, рівня маркетингових витрат, тощо, що розробляються на основі результатів маркетингових досліджень і є логічною схемою, яка враховує зміни в зовнішньому та внутрішньому середовищі, сприяючи досягненню маркетингових цілей, завдяки формуванню конкурентних переваг і адаптації до динамічних ринкових умов. Вона також може виступати загальною філософією бізнесу в умовах глобалізації, що передбачає розроблення інструментарію для досягнення довгострокових конкурентних переваг й адаптації до змін суспільних цінностей та потреб споживачів.

Окрім того, у роботі розглянуті особливості класифікації маркетингових стратегій та визначено, що маркетингові стратегії мають різні класифікації. Класифікація маркетингових стратегій дозволяє систематизувати різні варіанти, що сприяє їхній чіткій структуризації задля більш зручного практичного застосування та полегшує використання набутих знань на практиці, сприяє глибшому розумінню різних груп стратегій і впровадженню більш ефективних рішень в умовах постійних змін. Найповнішою та найактуальнішою можна вважати класифікацію, що складається з 10 ознак.

У другому розділі кваліфікаційної роботи була проаналізована маркетингова діяльність ГО «Робимо вам нерви». У першому підрозділі другого розділу було охарактеризовано організаційну складову громадської організації «Робимо вам нерви» та проаналізовано її економічні показники. ГО «Робимо вам нерви» – це одеська неприбуткова візією якої є функціонування української мови в усіх сферах життя суспільства. Було наведено структуру

організації та визначено, що ГО «Робимо вам нерви» має функціональну структуру, що дозволяє ефективно управляти маленькою командою та вирощувати взаємозамінних функціональних лідерів й виконавців. Окрім того, у розділі наведена динаміка доходів та витрат й сформовано структуру доходів, де більшу частину складають надходження від організації освітніх та розважальних заходів, а меншу частину – вільні пожертви на розвиток організації та її проєктів.

У другому підрозділі другого розділу проведений детальний аналіз маркетингової діяльності ГО «Робимо вам нерви»:

- проаналізований маркетинговий комплекс організації: розглянуті наявні продукти організації, стратегії формування цін, точки реалізації продуктів організації та розглянуті шляхи просування;

- визначена загальна оцінка маркетингової діяльності: оцінена спрямованість на покупця, адекватність маркетингової інформації, стратегічна орієнтація та оперативна ефективність команди;

- здійснений SWOT-аналіз: визначені сильні та слабкі сторони організації, можливості та загрози, що постають перед ГО «Робимо вам нерви».

Для більш повної оцінки чинників впливу при розробці маркетингової стратегії ГО «Робимо вам нерви» у третьому підрозділі другого розділу додатково проведені:

- PEST-аналіз: визначено, які політичні, соціокультурні, економічні та технологічні фактори можуть впливати на діяльність громадської організації та формування маркетингової стратегії;

- побудований багатокутник конкурентоспроможності: визначені сильні й слабкі сторони організації порівняно з конкурентами.

Детальний аналіз маркетингової діяльності ГО «Робимо вам нерви» дав розуміння, які рекомендації варто надати організації, аби більш ефективно використовувати ресурси.

У першому підрозділі третього розділу були надані рекомендації, щодо покращення процесу розробки маркетингової стратегії досліджуваної громадської організації:

- Громадська організація має затвердити загальну стратегію, визначивши сталу місію, візію, цілі та цінності.
- Наступним кроком потрібно затвердити план процесу розробки маркетингової стратегії.
- На початкових етапах варто залучити досвідчених маркетологів та розробити план підвищення кваліфікації членів, залучених до розробки та реалізації маркетингової стратегії та розробити план освіти членів команди долучених до розробки та реалізації стратегії.

У першому підрозділі третього розділу також були розраховані та обґрунтовані витрати на розробку вступного міні-курсу ГО «Робимо вам нерви». Реалізація цього курсу допоможе в майбутньому уникнути додаткових витрат на залучення, пошук та утримання членів організації.

У другому підрозділі третього розділу надані рекомендації щодо покращення наявної маркетингової стратегії ГО «Робимо вам нерви», складені на основі оцінки маркетингової діяльності та проведених SWOT, PEST, та конкурентного аналізів:

- Провести маркетингові дослідження згідно з планом для отримання якісно сформованої маркетингової стратегії: провести дослідження ринку прибуткових та неприбуткових ініціатив із схожими місіями та цілями, провести дослідження потреб потенційних споживачів продуктів ГО «Робимо вам нерви».
- Зробити акцент на тісній співпраці з державними органами, в особливості з представницею уповноваженого із захисту мови на півдні, та враховувати державний план розвитку української мови як державної при розробці стратегії організації.
- Налагодити співпрацю із місцевими активістами, лідерами думок та неприбутковими ініціативами.

– Розділити громадськість на 4 сегменти та розробити окремі продукти під кожен сегмент аудиторії, аби поширити вплив на громадськість.

Також були надані рекомендації щодо вдосконалення продуктів громадської організації та їхній розподіл на прибуткові й неприбуткові з ціллю покриття витрат на реалізацію прибуткових, фінансовими надходженням від тих продуктів, що приносять прибутки. Були наведені розрахунки витрат на реалізацію цих проєктів та рекомендації щодо оптимізації використання ресурсів і залучення коштів для проєктів, що цього потребують.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. – Дніпро: Видавець „, 2019. 240 с. URL: <https://dspace.pdau.edu.ua/server/api/core/bitstreams/81b7b099-f95c-4888-9706-dc3db03cce11/content> (дата звернення: 18.04.2024).
2. Багорка М.О. Маркетингова стратегія екологізації виробництва аграрних підприємств: теорія, методологія, практика: дис. докт. екон. наук: 08.00.04 / Багорка Марія Олександрівна. Полтава, 2018. 444с.
3. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. 12–те вид. Київ: Вільямс, 2009. 1072 с.
4. Струк Н., Капраль О. МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА: СУТЬ І ПРОЦЕС ВИБОРУ. *Економіка та суспільство*. 2023. № 55. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-75> (дата звернення: 18.04.2024).
5. Ковальчук В.В. Маркетингова стратегія підприємства: суть поняття, особливості формування в сучасних умовах господарювання URL: file:///C:/Users/ASUS/Desktop/efmapnp_2018_9_16.pdf (дата звернення: 18.04.2024).
6. Ел Райс, Джек Траут Маркетингові війни. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2022. 240 с.
7. Shulha L., Tereshchenko I., Sharlai O. MODERN MARKETING STRATEGIES OF ENTERPRISE MANAGEMENT. *Efektivna ekonomika*. 2020. № 9. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.9.63> (дата звернення: 19.04.2024).
8. Процайло М. А. ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ. Матеріали Наукової конференції студентів / – Львів : вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2023. 773с. URL:

https://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/kafedry/Menedzhmentu/Docs/STUD._ZBIRNIK_2023_RIK.pdf#page=555 (дата звернення: 19.04.2024).

9. Tereshchenko I., Kibalnik V. *MARKETING ASPECTS OF STRATEGIC ENTERPRISE MANAGEMENT. Investytsiyi: praktyka ta dosvid.* 2019. No. 20. P. 56. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2019.20.56> (дата звернення: 19.04.2024).

10. Акулюшина М.О., Кобальчинська Є.О, Лобінцева В.В. СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ *Економіка. Фінанси. Право.* 2019. 5/3. URL: <https://elar.naiu.kiev.ua/server/api/core/bitstreams/c5eea3a2-8ddb-4904-8eb6-a34520ffa0c0/content> (дата звернення: 19.04.2024).

11. Сенишин О. С., Кривешко О. В. *Маркетинг : навч. посібник.* Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENYSHYN-KRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf (дата звернення: 26.05.2024).

12. Подольна В.В. СУТНІСТЬ ТА СОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ. *Економічний простір.* 2015. № 72. С. 230-239. URL: file:///C:/Users/ASUS/Desktop/ecpros_2013_72_26.pdf (дата звернення: 20.04.2024).

13. Процишин. Ю.Т. *Стратегічний маркетинг : електронний навчальний посібник – Тернопіль : ЗУНУ, 2022 – 146 с.* URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/45457/1/%D0%9F%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B8%D1%88%D0%B8%D0%BD.pdf (дата звернення: 20.04.2024).

14. Сак Т. В., Стасюк І. М. КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА. *Ефективна економіка*. 2015. №6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4150> (дата звернення: 20.04.2024).
15. Дмитрук М.М. Стратегічний маркетинг: теоретичні основи та оцінка рівня імплементації в діяльності вітчизняних підприємств. / М.М Дмитрук // Вісник НУ «Львівська політехніка». – 2003. – №484. – С.50-61
16. Про громадські об'єднання : Закон України від 22.03.2012 р. № 4572-VI : станом на 27 лип. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17#Text> (дата звернення: 20.04.2024).
17. Податковий кодекс України : Кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI : станом на 1 квіт. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 20.04.2024).
18. Жарська І.О. Практикум з маркетингу : навч. посіб. Одеса : Атлант ВОІ СОІУ, 2016. 284 с.
19. Чорна І.А. ЗНАЧЕННЯ ТА ЗАВДАННЯ АНАЛІЗУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/35608/1/328.pdf>
20. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Центр учбової літератури, 2012. 612 с. URL: <http://surl.li/tyizh>
21. Що таке SWOT аналіз?. *Дія.Бізнес - Головна сторінка*. URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/marketing/so-take-swot-analiz> (дата звернення: 25.04.2024).
22. Що таке PEST-аналіз? - Baker Tilly. Baker Tilly. URL: <https://bakertilly.ua/id45211/> (дата звернення: 25.04.2024).
23. Янковий О. Г. Багатокутник конкурентоспроможності: алгоритм та приклад застосування методу / О. Г. Янковий // Управління якістю. – 2021. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/14281/1/2021%20%e2%84%>

[96%2014%20%d0%9e.%20%d0%af%d0%bd%d0%ba%d0%be%d0%b2%d0%b8%d0%b9.pdf](#) (дата звернення: 25.04.2024).

24. Рух «Єдині» (@yedyni.ruh) • Instagram photos and videos. *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/yedyni.ruh> (дата звернення: 26.04.2024).

25. мова неволі (@mova_nevoli) • Instagram photos and videos. *Instagram*. URL: https://www.instagram.com/mova_nevoli (дата звернення: 26.04.2024).

26. Ляси Точать . українськомовний культурний клуб . Одеса (@lyasy.tochat) • Instagram photos and videos. *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/lyasy.tochat> (дата звернення: 26.04.2024).

27. РОБИМО ВАМ НЕРВИ | ОДЕСА (@rvn.com.ua) • Instagram photos and videos. *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/rvn.com.ua> (дата звернення: 26.04.2024).

28. Борисова Т.М. Маркетинг некомерційних організацій у розрізі сфер діяльності: теорія і практика: Монографія. / Т.М. Борисова.— Тернопіль: Астон, 2015. 284 с. URL: <http://surl.li/tyizc> (дата звернення: 26.04.2024).

29. Дія.Освіта – Як побудувати дієву громадську організацію. *Дія.Освіта*. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/how-to-build-an-efficient-civil-society-organization> (дата звернення: 27.04.2024).

30. Дія.Освіта – Спеціаліст із партнерств. *Дія.Освіта*. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/simulators/partnership-manager-simulator> (дата звернення: 27.04.2024).

31. Цифровий маркетинг. *Prometheus*. URL: https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+DM101+2021_T1 (дата звернення: 27.04.2024).

32. The Strategy of Content Marketing. *Coursera*. URL: <https://www.coursera.org/learn/content-marketing> (дата звернення: 27.04.2024).

33. Digital Marketing Strategy and Planning. *Coursera*. URL: <https://www.coursera.org/specializations/digital-marketing-strategy-planning> (дата звернення: 27.04.2024).
34. Копірайтинг і комерційні тексти. *Litosvita*. URL: <https://litosvita.com/copywriting/> (дата звернення: 27.04.2024).
35. Як працювати з командою так, щоб усіх дедлайнів було дотримано?. *Дія. Освіта*. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/guides/why-do-we-need-deadlines> (дата звернення: 27.04.2024).
36. Лера | маркетинг, бізнес, стратегія, наставництво (@handlesscmo) • Instagram photos and videos. *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/handlesscmo/?igsh=MnE0NGw5NHR0Y25h> (дата звернення: 28.04.2024).
37. Proskurina Yulia SMM, DGTL, personal brand (@yuliapros) • Instagram photos and videos. *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/yuliapros/?igsh=MWs5eDdctmV5bzV4cA==> (дата звернення: 28.04.2024).
38. БІЗНЕС в ТІКТОК / МАРКЕТИНГ (@marketing_heeks) • Instagram photos and videos. *Instagram*. URL: https://www.instagram.com/marketing_heeks?igsh=MXN3dHhsZ3BwNXZteA== (дата звернення: 28.04.2024).
39. Віка Смерека | Копірайтинг | Навчання | Тексти і сенси (@oi.smereka) • Instagram photos and videos. *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/oi.smereka?igsh=Y29hajNqc2twYnoz> (дата звернення: 28.04.2024).
40. Андрій / Режисер презентацій / бренд-стратег (@shevchuk.presentation) • Instagram photos and videos. *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/shevchuk.presentation/> (дата звернення: 28.04.2024).
41. Кримські татари Одещини (@crimeantatar_od) • Instagram photos and videos. *Instagram*.

URL: https://www.instagram.com/crimeantatar_od?igsh=b2EwdW5zaHljZHlz (дата звернення: 28.04.2024).

42. УСС Одеса (@studfreedom_odesa) • Instagram photos and videos. *Instagram*.

URL: https://www.instagram.com/studfreedom_odesa?igsh=c3kyYTZ6b25xa3pm (дата звернення: 28.04.2024).

43. ГОНЧАРЕНКО ЦЕНТР ОДЕСА (Європейська) (@goncharenko_centre_odesa) • Instagram photos and videos. *Instagram*.

URL: https://www.instagram.com/goncharenko_centre_odesa?igsh=dGE1NzdpY3lsM2s4 (дата звернення: 28.04.2024).

44. Odesa Decolonization (@odesa.decolonization) • Instagram photos and videos. *Instagram*.

URL: <https://www.instagram.com/odesa.decolonization/?igsh=ODJIYTV3OG5ycmdh> (date of access: 28.04.2024).

45. Уповноважений із захисту державної мови - Мовні програми. Головна | Уповноважений із захисту державної мови.

URL: <https://mova-ombudsman.gov.ua/movni-prohramy> (дата звернення: 26.05.2024).

46. Log into Facebook / Facebook.

URL: <https://www.facebook.com/share/v/iiHPR1jLnQ9yHE6w/?mibextid=WC7FNe> (дата звернення: 29.04.2024).

47. Юля Карабаджак • Блогер • Одеса (@julie_ta_odesa) • Instagram photos and videos. *Instagram*.

URL: https://www.instagram.com/julie_ta_odesa?igsh=eXFod3h5b2llbDlp (дата звернення: 29.04.2024).

48. Аня Рибак | життя, натхнене мистецтвом | культура, Одеса та UGC (@rybakaanna) • Instagram photos and videos. *Instagram*.

URL: <https://www.instagram.com/rybakaanna?igsh=MTdjMDNjZGdwejVxYw==> (дата звернення: 29.04.2024).

49. Дем'ян Ганул (@demian.ganul) • Instagram photos and videos. *Instagram*.

URL: <https://www.instagram.com/demian.ganul?igsh=MTZ3aWsyZ3V5M2l3Zg=>
≡ (дата звернення: 29.04.2024).

50. Сергій Стерненко (@s_sternenko) • Instagram photos and videos. *Instagram*.

URL: https://www.instagram.com/s_sternenko?igsh=YjYxdWYzbzZpMTk0 (дата звернення: 29.04.2024).

51. Facebook. *Log into Facebook / Facebook*.

URL: <https://www.facebook.com/share/P57NtMdjbt7DwA4x/?mibextid=LQQJ4d>
(date of access: 29.04.2024).