

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки

Факультет менеджменту

Кафедра менеджменту

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня магістра

студентки Булатової Анни Володимирівни
академічної групи 073М-21-2

спеціальності 073 Менеджмент

за освітньо-професійною програмою Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

на тему Формування стратегії ребрендингу підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності (за матеріалами ПрАТ «Оболонь»)

Керівник кваліфікаційної роботи	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
	Варяниченко О.В.			
Рецензент				
Нормоконтролер	Варяниченко О.В.			

Дніпро
2022

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри менеджменту

Швець В.Я.

(підпис)

«26» вересня 2022 року

**ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня магістра**

студентці Булатовій А.В. академічної групи 073м-21-2

спеціальності 073 Менеджмент

за освітньо-професійною програмою Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

на тему Формування стратегії ребрендингу підприємства-суб'єкта

зовнішньоекономічної діяльності (за матеріалами ПрАТ «Оболонь»)

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 18 жовтня 2022 р. №1144-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретично-методологічний розділ	Теоретично-методологічні основи формування стратегії ребрендингу підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності	26.09.2022 р. – 23.10.2022 р.
Дослідницько-аналітичний розділ	Аналіз господарської та експортної діяльності ПрАТ «Оболонь»	24.10.2022 р. – 20.11.2022 р.
Проектно-рекомендаційний розділ	Проект заходів з формування стратегії ребрендингу ПрАТ «Оболонь»	21.11.2022 р. – 11.12.2022 р.

Завдання видано

_____ (підпис керівника)

Варяниченко О.В.

Дата видачі «26» вересня 2022 року

Дата подання до екзаменаційної комісії «11» грудня 2022 року

Прийнято до виконання

_____ (підпис студента)

Булатова А.В.

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи магістра
студентки групи 073м-21-2
НТУ «Дніпровська політехніка»
Булатова Анна Володимирівна

на тему: Формування стратегії ребрендингу підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності (за матеріалами ПрАТ «Оболонь»)

ІННОВАЦІЙНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, БРЕНД, ГОЛОС БРЕНДУ, КОРПОРАТИВНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ, SMART-МЕТОД, СТРАТЕГІЯ РЕБРЕНДИНГУ, ЕФЕКТИВНІСТЬ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Структура роботи: 105 сторінки комп'ютерного тексту; 17 рисунків; 37 таблиць; 43 джерела посилання.

Об'єкт розроблення – управління суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності.

Мета роботи – теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо формування стратегії ребрендингу підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.

Основні результати кваліфікаційної роботи магістра полягають у такому: розглянуто теоретично-методологічні основи підвищення ефективності управління суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності; охарактеризовано ринок алкогольної та безалкогольної продукції; проаналізовано господарську та експортну діяльність ПрАТ «Оболонь»; обґрунтовано впровадження стратегії ребрендингу для товарної марки «Живчик» в умовах глобалізованої корпоративної відповідальності; оцінено економічну ефективність запропонованого проєкту заходів.

Методи дослідження – структурно-системний підхід, методи наукового пізнання, аналізу і синтезу, статистичного аналізу, економічного аналізу, економіко-математичні, ABC-аналіз, PEST-аналіз, SWOT-аналіз, експертних оцінок, графічної інтерпретації, порівняння, узагальнення.

Результати кваліфікаційної роботи магістра рекомендовано для використання підприємствами з виробництва пива, безалкогольних та слабоалкогольних напоїв, мінеральної води.

Сфера застосування – управління підприємствами.

Економічна ефективність – чисте сучасне значення інвестиційного потоку 3094 тис. грн., дисконтований термін окупності 2 роки та дев'ять місяців, що менше ніж термін інноваційного проєкту, ефективність експорту до Естонії на рівні 2,1.

Значимість роботи – реалізація запропонованих заходів з формування стратегії часткового ребрендингу торгової марки «Живчик» дозволяє підвищити привабливість продукції серед споживачів та підсилити корпоративну соціальну відповідальність підприємства.

ABSTRACT

of qualification paper for the Master's degree
by the student of the academic group 073M-21-2
Dnipro University of Technology
Bulatova Anna

Title: Formation of a rebranding strategy for an enterprise subject to foreign economic activity (based on the materials of PrJSC «Obolon»)

INNOVATIVE COMPETITIVENESS, BRAND, VOICE OF BRAND,
CORPORATE RESPONSIBILITY, SMART METHOD,
REBRANDING STRATEGY, EFFICIENCY OF EXPORT ACTIVITIES

Structure: 105 printed pages; 17 figures; 37 tables; 43 references.

Object of development – management of the subject of foreign economic activity.

The aim of the paper – the theoretical substantiation and development of practical recommendations for the implementation of the rebranding strategy of the enterprise-subject of foreign economic activity.

The main findings of the qualification paper for the Master's degree are as follows: the theoretical and methodological foundations for improving the efficiency of management of the subject of foreign economic activity are considered; the market of alcoholic and non-alcoholic products is characterized; the economic and export activities of Obolon PrJSC are analyzed; the implementation of the rebranding strategy for the Zhyvchyk trademark in the context of globalized corporate responsibility is substantiated; the economic efficiency of the proposed project of measures is estimated.

Research methods – structural-systemic approach, methods of scientific cognition, analysis and synthesis, statistical analysis, economic analysis, economic and mathematical, ABC-analysis, PEST-analysis, SWOT-analysis, expert assessments, graphical interpretation, comparison, generalization.

The results of the master's qualification work are recommended for use by enterprises producing beer, soft and low-alcohol drinks, mineral water.

Application – management of the enterprise.

Financial viability of the proposed measures – net present value of the investment flow of UAH 3094 thousand, discounted payback period of 2 years and nine months, which is less than the term of the innovation project, export efficiency to Estonia at the level of 2.1.

The value of the research – implementation of the proposed measures to form a strategy of partial rebranding of the Zhyvchyk trademark allows to increase the attractiveness of products among consumers and strengthen the corporate social responsibility of the enterprise.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1 Теоретично-методологічні основи формування стратегії ребрендингу підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.....	7
1.1 Сутність ребрендингу у сучасних реаліях управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.....	7
1.2 Основи впровадження стратегії ребрендингу при виході на міжнародний ринок.....	13
2 Аналіз господарської та експортної діяльності ПрАТ «Оболонь».....	21
2.1 Загальна характеристика ПрАТ «Оболонь».....	21
2.2 Аналіз фінансового стану ПрАТ «Оболонь».....	23
2.3 Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	32
2.4 Аналіз якості та конкуренції продукції ПрАТ «Оболонь» на зовнішньому ринку.....	34
2.5 Аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.....	53
3 Проєкт заходів з формування стратегії ребрендингу ПрАТ «Оболонь».....	56
3.1 Формування стратегії ребрендингу для ПрАТ «Оболонь».....	56
3.2 Обґрунтування стратегічних напрямків розвитку за допомогою SMART-методу.....	59
3.3 Впровадження стратегії ребрендингу на підприємстві ПрАТ «Оболонь».....	90
Висновки.....	93
Перелік джерел посилання	98
Додаток А Фінансова звітність підприємства.....	103
Додаток Б Тези доповіді.....	108