

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Маркетингова діяльність підприємства та шляхи її вдосконалення»

Виконав: здобувач 2 курсу,

групи МГ-24м

Спеціальності 075 Маркетинг

Бобро Максим Андрійович

Керівник: Гамзаг О.В., к.е.н., доцент

Дніпро
2026

АНОТАЦІЯ

Бобро М.А. Маркетингова діяльність підприємства та шляхи її вдосконалення.

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню теоретичних та практичних аспектів маркетингової діяльності підприємства у сучасних умовах ринкового середовища. Розглянуто теоретичні основи організації та управління маркетинговою діяльністю. Проаналізовано маркетингове середовище ТОВ «ВІКТОРІСОФТ» – українського підприємства, що спеціалізується на виробництві повітряних і безпілотних літальних апаратів та супутнього устаткування. Визначено ключові проблеми та резерви підвищення ефективності маркетингової діяльності. Представлено напрями вдосконалення маркетингової стратегії та комунікацій підприємства в умовах цифрової трансформації. У процесі написання роботи сформульовано висновки та практичні рекомендації щодо покращення маркетингової діяльності ТОВ «ВІКТОРІСОФТ». Результати дослідження можуть бути використані у практичній роботі підприємства для підвищення конкурентоспроможності та зміцнення ринкових позицій.

Ключові слова: маркетингова діяльність, конкурентоспроможність, маркетингове середовище, стратегія, цифровий маркетинг, маркетингові комунікації.

SUMMARY

Bobro M.A. Marketing activities of the enterprise and ways to improve them.

The Master's thesis is devoted to the study of theoretical foundations and practical aspects of marketing activities of an enterprise in a modern competitive environment. The theoretical bases of marketing activity management and its role in the strategic development of an enterprise are considered. The marketing environment of LLC "ВІКТОРІСОФТ", a Ukrainian company specializing in the production of aerial and unmanned aircraft and related equipment, is analyzed. The key problems and opportunities for improving the company's marketing activities have been identified. The thesis presents directions for enhancing the marketing strategy and communication system of the enterprise in the context of digital transformation. Conclusions and practical recommendations aimed at increasing the efficiency and competitiveness of LLC "ВІКТОРІСОФТ" are formulated. The results of the research can be applied in the practical marketing activities of the enterprise.

Keywords: marketing activity, competitiveness, marketing environment, strategy, digital marketing, marketing communications.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ	9
1.1. Сутність маркетингової діяльності підприємства: сучасні підходи та еволюція теорій	9
1.2. Маркетинговий комплекс підприємства: трансформація від класичної моделі до цифрової та AI-парадигми	11
1.3. Маркетинг оборонних підприємств як окрема наукова підсистема	13
1.4. Цифровізація та штучний інтелект як каталізатори розвитку маркетингу оборонних підприємств	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ВІКТОРІСОФТ	20
2.1. Загальна характеристика підприємства ВІКТОРІСОФТ	20
2.2. Аналіз ринку військових дронів в Україні	23
2.3. PEST-аналіз ВІКТОРІСОФТ	27
2.4. Аналіз конкурентного середовища ВІКТОРІСОФТ	31
2.5. SWOT-аналіз ВІКТОРІСОФТ	33
2.6. Аналіз маркетингової діяльності ВІКТОРІСОФТ	35
2.6.1. Канали комунікації	36
2.6.2. Оцінка якості контенту	37
2.6.3. Аналіз маркетингового бюджету	39
2.7. Оцінка бренду ВІКТОРІСОФТ	40
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ВІКТОРІСОФТ ЗА ДОПОМОГОЮ AI- МАРКЕТИНГУ	44
3.1. Концепція вдосконалення маркетингової діяльності ВІКТОРІСОФТ	44
3.2. Розроблення оновленої маркетингової стратегії для ВІКТОРІСОФТ	47
3.3. Удосконалення просування продукту: AI-контент та нова комунікаційна стратегія	51

3.4. Удосконалення позиціонування та ціннісної пропозиції (Value Proposition)	54
3.5. Впровадження AI-автоматизації маркетингу	58
3.6. Розрахунок економічного ефекту від упровадження AI-маркетингу	61
3.7. Ризики впровадження та шляхи їх мінімізації	67
ВИСНОВКИ	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	73

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Павленко А. Ф. Маркетинг : підручник / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак. — Київ : КНЕУ, 2011. — 384 с.
2. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. — Донецьк : ДонНУ, 2014. — 612 с.
3. Ілляшенко С. М. Інноваційний маркетинг : монографія / С. М. Ілляшенко. — Суми : Університетська книга, 2016. — 312 с.
4. Липчук В. В. Цифровий маркетинг : навч. посіб. / В. В. Липчук. — Львів, 2020. — 256 с.
5. Кудирко О. І. Маркетингові стратегії у цифровій економіці / О. І. Кудирко // Економіка та держава. — 2021. — № 5. — С. 45–50.
6. Мельник Л. Г. Економіка розвитку підприємства : монографія / Л. Г. Мельник. — Суми, 2019. — 348 с.
7. Стратегія розвитку оборонно-промислового комплексу України до 2030 року : затв. Мінекономіки України. — Київ, 2023.
8. Державна служба статистики України. Статистичні матеріали [Електронний ресурс]. — 2024. — Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 20.01.2026).
9. OECD. The Future of Defence Innovation. — Paris : OECD Publishing, 2022.
10. European Defence Agency. Strategic Defence Technologies Report. — Brussels, 2023.
11. Kotler P. Marketing management / P. Kotler, K. Keller. — 15th ed. — Harlow : Pearson, 2016. — 832 p.
12. Kotler P. Principles of marketing / P. Kotler, G. Armstrong. — 18th ed. — Harlow : Pearson, 2022. — 736 p.
13. Lambin J.-J. Market-driven management / J.-J. Lambin, I. Schuiling. — London : Palgrave Macmillan, 2012. — 496 p.
14. Berman B. Marketing / B. Berman, J. Evans. — New York : Macmillan, 1990. — 712 p.

15. Chaffey D. Digital marketing / D. Chaffey, F. Ellis-Chadwick. — 8th ed. — Harlow : Pearson, 2022. — 720 p.
16. Gansler J. Defense industry transformation / J. Gansler. — Cambridge : MIT Press, 2011. — 304 p.
17. Porter M. Competitive strategy / M. Porter. — New York : Free Press, 2008. — 432 p.
18. Kaplan A. Artificial intelligence in marketing / A. Kaplan, M. Haenlein // Business Horizons. — 2019. — Vol. 62, No. 1. — P. 15–25.
19. Davenport T. Artificial intelligence for the real world / T. Davenport, R. Ronanki // Harvard Business Review. — 2018. — Vol. 96, No. 1. — P. 108–116.
20. Rust R. The AI revolution in marketing / R. Rust, M. Huang // Journal of Marketing. — 2021. — Vol. 85, No. 4. — P. 1–17.
21. PwC. AI and automation in business. — London, 2023.
22. McKinsey & Company. The state of AI. — 2023.
23. Statista. AI market outlook [Электронный ресурс]. — 2024. — Режим доступа: <https://www.statista.com> (дата звернення: 20.01.2026).
24. Gartner. Strategic technology trends. — 2024.
25. IBM. AI marketing benchmark. — Armonk, 2023.
26. World Economic Forum. The future of jobs report. — Geneva, 2023.
27. NATO. Emerging defence technologies. — Brussels, 2022.
28. RAND Corporation. Military AI applications. — Santa Monica, 2021.
29. SIPRI. Military technology trends. — Stockholm, 2023.
30. Deloitte. AI-powered marketing. — London, 2022.
31. American Marketing Association. Definition of marketing [Электронный ресурс]. — 2017.
32. Chartered Institute of Marketing. Professional standards. — London, 2019.
33. Keller K. Strategic brand management / K. Keller. — Harlow : Pearson, 2013. — 608 p.
34. Aaker D. Building strong brands / D. Aaker. — New York : Free Press, 2010. — 400 p.

35. Ries A. Positioning / A. Ries, J. Trout. — New York : McGraw-Hill, 2001. — 320 p.
36. Fill C. Marketing communications / C. Fill. — Harlow : Pearson, 2018. — 744 p.
37. Ryan D. Understanding digital marketing / D. Ryan. — London : Kogan Page, 2020. — 432 p.
38. Smith P. Marketing communications / P. Smith. — London : Kogan Page, 2016. — 624 p.
39. Blythe J. Principles of marketing / J. Blythe. — Harlow : Pearson, 2014. — 512 p.
40. Wilson H. Human + machine / H. Wilson, P. Daugherty. — Boston : Harvard Business School Press, 2018. — 304 p.
41. European Commission. Digital transformation of industry. — Brussels, 2022.
42. ISO 56002. Innovation management — Guidance. — Geneva, 2019.
43. Ukrainian Defence Industry Review. — 2023.
44. Міністерство цифрової трансформації України. Стратегія цифрового розвитку України. — Київ, 2023.
45. OECD. Digital economy outlook. — Paris, 2022.
46. World Bank. Digital development overview. — Washington, 2023.
47. Accenture. AI in defense. — 2023.
48. Boston Consulting Group. Winning with AI. — 2022.
49. KPMG. The future of marketing analytics. — 2021.
50. Вікторісофт. Внутрішні матеріали та офіційний сайт [Електронний ресурс]. — 2024.
51. Ринок штучного інтелекту в Україні та світі: аналіз поточної ситуації та перспективи розвитку / Стрельченко І.І., Овчаренко О.В., Стрельченко А.А. // Науковий вісник Одеського національного економічного університету, 2024, 7-8 (320-321), 7-16 DOI: 10.32680/2409-9260-2024-7-8-320-321-7-16
52. Методологічні аспекти використання штучного інтелекту: сутність, термінологія та право / Мішустіна Т.С., Писарькова В.Р., Гамзаг О.В. // Цифрова економіка та економічна безпека, 2024, 5 (14), 253-258. <https://doi.org/10.32782/dees.14-42>