

**ALFRED NOBEL UNIVERSITY
DEPARTMENT OF INTERNATIONAL MARKETING**

BACHELOR'S THESIS

on the topic

**“ANALYSIS OF ENVIRONMENTAL FACTORS
AND THEIR CONSIDERATION IN THE
MARKETING ACTIVITIES OF AN
ENTERPRISE”**

Completed: 4th year student, group Mg-20eng
Speciality 075 Marketing
code and title

Bruy I.I.
surname and initials

Supervisor: Hamzah O.V., PhD in Economics,
Associate Professor
surname and initials, academic degree, academic rank

Dnipro, 2024

SUMMARY

Bruj I.I. Analysis of environmental factors and their consideration in the marketing activities of an enterprise.

The diploma thesis is dedicated to exploring the impact of the external environment on the marketing activities of an enterprise. It includes an analysis of key external factors such as economic, socio-cultural, political, technological, and environmental aspects, as well as their influence on marketing strategies. The thesis discusses theoretical foundations of environmental analysis, methods of conducting analysis, and practical examples of its application in the marketing strategy of an enterprise.

Keywords: analysis of external factors, marketing activities, enterprise, economic factors, socio-cultural factors, political factors, technological factors, environmental factors, strategic planning.

АНОТАЦІЯ

Бруї І.І. Аналіз факторів зовнішнього середовища та їх врахування в маркетинговій діяльності підприємства.

Дипломна робота присвячена дослідженню впливу зовнішнього середовища на маркетингову діяльність підприємства. Вона включає в себе аналіз основних факторів зовнішнього середовища, таких як економічні, соціокультурні, політичні, технологічні та екологічні аспекти, а також їх вплив на стратегії маркетингу. У роботі розглянуті теоретичні засади аналізу зовнішнього середовища, методи проведення аналізу та практичні приклади його застосування в маркетинговій стратегії підприємства.

Ключові слова: аналіз факторів зовнішнього середовища, маркетингова діяльність, підприємство, економічні фактори, соціокультурні фактори, політичні фактори, технологічні фактори, екологічні фактори, стратегічне планування.

CONTENTS

INTRODUCTION	6
CHAPTER 1. THEORETICAL FOUNDATIONS OF MARKETING ACTIVITIES	9
1.1. Essence and Content of Marketing Activities	9
1.2. General Characteristics of Marketing Environmental Factors	20
1.3. Significance of Marketing Activities for a Modern Enterprise	23
CHAPTER 2. ANALYSIS OF THE MARKETING ENVIRONMENT OF THE COMPANY "TIRE CENTER GROUP" LLC.....	33
2.1. Characteristics of the Company "Tire Center Group" LLC and Analysis of Its Internal Environment	33
2.2. Market Analysis and Trend Determination	42
2.3. Analysis of the Company's External Marketing Environment	43
2.3.2. Macroenvironment Analysis. PEST Analysis	50
2.4. SWOT Analysis of the Company	52
CHAPTER 3. MEASURES TO IMPROVE THE MARKETING ACTIVITIES OF THE COMPANY "TIRE CENTER GROUP" LLC.....	55
3.1. Marketing Research to Identify Consumer Preferences	55
3.2. Marketing Budget and Determination of the Effectiveness of Proposed Measures	61
CONCLUSIONS.....	64
LIST OF USED SOURCES.....	66

LIST OF USED SOURCES

1. Конопляннікова М.А. Управління маркетинговою діяльністю: поняття, принципи, підходи. Глобальні та національні проблеми економіки. 2023. № 17. С. 332–336.
2. Державний комітет статистики. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2023/fin/rp/posl/arj_posl_2023.htm
3. Саух І.В. Методичний підхід до стратегічного аналізу макросередовища туристичних підприємств. Współpraca europejska nr 5(24) 2023 / European cooperation Vol. 5(24) 2023. с.30-39.
4. Соколова Ю.О. Управління маркетинговою діяльністю підприємства в галузі з недосконалою конкуренцією: Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2019. №5 (17). С.133-137.
5. Anderson, L. M. “Marketing science: Where's the beef?” Business Horizons, (Jan-Feb), 8-16.
6. Длігач А.О. Системно-рефлексивний маркетинг у стратегічному управлінні. Ефективна економіка № 11, 2010, Efektyvna ekonomika, vol . 8, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=388>
7. Бойко М. Холістичний маркетинг на підприємствах готельного господарства: Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2013. № 1. С. 55- 63. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu_2013_1_7
8. Конопляннікова М.А. Управління маркетинговою діяльністю: поняття, принципи, підходи. Глобальні та національні проблеми економіки. 2023. № 17. С. 332–336.
9. Державний комітет статистики. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2023/fin/rp/posl/arj_posl_2023.htm [Accessed in April 2019].

10. Саух І.В. Методичний підхід до стратегічного аналізу макросередовища туристичних підприємств. *Współpraca europejska* nr 5(24) 2023 / *European cooperation* Vol. 5(24) 2023. с.30-39.
11. Anderson, L. M. “Marketing science: Where's the beef?” *Business Horizons*, (Jan-Feb), 8-16.
12. Бойко М. Холістичний маркетинг на підприємствах готельного господарства: Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2013. № 1. С. 55-63.
URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu_2013_1_7
13. Гаркавенко С.С. Маркетинг : – Київ. : Лібра, 2008. – 276 с.
14. Грабовецький Б.Е. Економічне планування та прогнозування : Київ: 2003. – 630 с.
15. Ілляшенко С.М. Маркетингова діяльність на підприємстві: Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д. е. н., проф. Л.Г. Мельника. – Суми : Університетська книга, 2012. – С. 528–559.
16. Кальницький А.Є., Копусяк Я.Ф. Стимулювання збуту: заходи та засоби, які допомагають при формуванні маркетингової діяльності підприємства : Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка. – 2014. – №. 1. – С. 94–97.
17. Корж М.В., Жуков С.А. Маркетингова діяльність підприємств в умовах глобалізації: Краматорськ : ДДМА. – 2012. – Т. 252.
18. Краус К.М. Управління маркетингом малого торговельного бізнесу: концепції, організація, домінанти розвитку : Полтава : Дивосвіт, 2013. – 163 с.
19. Маркетинг підприємства : [навч. посіб.] / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова. – К. : Центр навч. літ., 2012. – 612 с.
20. Полторак В.А. Маркетингові дослідження : [навч. посіб.] / В.А. Полторак. – Київ : Центр навчальної літератури, 2003. – 387 с.

- 21.Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз : [навч. посіб.] / Г.Г. Почепцов ; 3-є вид., і доп. – Київ : Знання, КОО, 2009. – 327 с.
- 22.Туболец К.Г. Шляхи вдосконалення управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств / К.Г. Туболец // Державне управління. – 2012. – Т. 186. – №. 174.
- 23.Управління маркетинговою діяльністю: поняття, принципи, підходи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/archive/17-2023/71.pdf>
- 24.Балабанова Л. В. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю: монографія: Донецьк : ДонНУЕТ, 2012. - 249 с.
- 25.Біловодська О.А. Управління маркетинговими каналами промислових підприємств на інноваційних засадах: монографія: Київ. : Центр навчальної літератури, 2019. - 233 с
- 26.Векслер Д. М. Вдосконалення системи управління маркетинговою діяльністю на підприємстві: Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки. - 2019. № 4. С. 74-81. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau_ekon_2019_4_10
- 27.Голяш І. Аналіз маркетингових ризиків підприємства: Економічний аналіз. - 2012. - Т. 10(4). - С. 59-62.
- 28.Длігач А. О. Стратегічне маркетингове управління : монографія / А. О. Длігач. - К. : Алерта, 2012. - 270 с.
29. Зубарев В.А. Прийняття управлінських рішень при розробці ефективної програми стимулювання збуту продукції підприємства. // ХІІІ Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції «Маркетинг як важливіша складова функціонування системи аграрного бізнесу», м. Дніпро, 26-27 жовтня 2023 р.
- 30.Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика промислового підприємства: управління стратегіями диверсифікації: монографія / С.М. Ілляшенко, Г.О.Пересадько. - Суми: Университетская книга, 2009. - 328 с.

31. Імперативи ідентифікації маркетингової товарної стратегії підприємства: монографія / Л. В. Фролова, А. О. Наторіна; Донец. нац. ун-т економ. і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. - Кр. Ріг : Чернявський, 2016. - 180 с.
32. Калетнік Г.М. Менеджмент та маркетинг: навч. посібник / Г. М. Калетнік, В.М. Ціхановська, О.М. Ціхановська. - К. : Хай-Тек Прес, 2011. - 580 с.
33. Ключник А. В. Відмінні риси управління маркетинговою діяльністю будівельних підприємств: Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2023. - Вип. 14(1). - С. 137-141. - URL:[http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2023_14\(1\)_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2023_14(1)_29)
34. Коваленко В. В. Маркетинг: навчальний посібник: Тридід, Ж. І. Торяник. - Львів : Новий Світ-2000, 2011. - 266 с.
35. Копич І.М. Математичні моделі в менеджменті та маркетингу : навчальний посібник: Львів: Новий світ - 2000, 2011. - 376 с.
36. Корягіна С.В. Маркетинговий аудит: навч. посібник: Львів. комерц. акад. - К.: ЦУЛ, 2014. - 320 с.
37. Кравець С. В. Сутність та особливості управління маркетинговими ризиками підприємств: Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2023. Т. 23, № 2. С. 75-85. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npnukht_2023_23_2_12
38. Крикавський Є.В.. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.: Львів : Львівська політехніка, 2009. - 232 с.
39. Куриленко І. І. Формування системи стратегічного маркетингу підприємства: Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2015. - № 6. - С. 47-51. - URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2015_6_14
40. Левків Г. Я. Ефективне управління ризиками маркетинг-менеджменту підприємств: Причорноморські економічні студії. - 2016. - Вип. 5. - С. 129-134.

- 41.Луценко К.О. Актуальні тенденції розвитку комунікацій в системі маркетингу: Вчені записки університету «КРОК». Серія: Економіка. - 2019. - Вип. 3. - С. 151-156.
- 42.Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч. посібник / І. Буднікевич, О.Баранник, О. Кифяк та ін. - К. : Центр учбової літератури, 2013. - 535 с.
- 43.Маркетинг технічних інновацій: навч. посібник / М.К. Сукач та ін. - К. : Ліра-К, 2016. - 412 с.
- 44.Маркетинг: навч. посібник / за наук. ред. С. В. Ковальчук. - Львів : Новий світ2000, 2012. - 679 с.
- 45.Маркетингова товарна політика: збірник завдань для практичних занять та самостійної роботи / укл.: С. С. Яременко, О. Є. Гут. - Дн-ск : ДУЕП, 2011. - 100 с.
- 46.Мельничук О. І. Економічна сутність системи маркетингу підприємств, її складові та функції: Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки. - 2015. - № 3. - С. 259-267. - URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau_ekon_2015_3_32
- 47.Мішустіна Т.С. Економічний механізм маркетингу: зб. завдань для практич. занять та самост. роботи / Т. С. Мішустіна. - Дн-ськ : Дніпропетр. ун-т ім. А. Нобеля, 2012. - 136 с.
- 48.Муковіз В. С. Облік формування резервів в управлінні ризиками підприємства: Формування ринкових відносин в Україні. - 2019. - № 2. - С. 49-54.
- 49.Нестеренко С. А. Методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності будівельних підприємств: Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки. - 2023. - № 2. - С. 31-39.
- 50.Нестеренко С. А. Формування системи управління маркетинговою діяльністю будівельних підприємств: Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). - 2023. - № 1-2. - С. 142-148.