

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА»

Виконав: здобувач 2 курсу, групи МГ-21 вм
Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Шилова Анна Павлівна

ПІБ

Керівник: Мішустіна Т.С., к.е.н., доц.

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

**Дніпро
2023**

АНОТАЦІЯ

Шилова А.П. Аналіз маркетингового середовища для обґрунтування вибору стратегії підприємства.

У цій кваліфікаційній роботі представлений аналіз маркетингового середовища, який є основою для забезпечення вдалого огляду стратегії, обраної відділом «Вугілля» у ТОВ «Метал-Кур'єр». Надано теоретичну базу для аналізу середовища, а також представлені основні інструменти маркетингового аналізу.

Робота присвячена вдосконаленню шляхів реалізації маркетингової стратегії відділу «Вугілля» у ТОВ «Метал-Кур'єр». Проаналізовані базові фінансові показники для обґрунтування ефективності впровадження стратегії та розглянуто прогнозовані результати реалізації обраних маркетингових заходів. Результати кваліфікаційної роботи можуть бути використані як для подальшого вивчення маркетингового середовища відділу «Вугілля», так і для покращення його маркетингової діяльності.

Ключові слова: маркетингове середовище, відділ «Вугілля», стратегія маркетингу, PEST-аналіз, SWOT-аналіз, матриця БКГ, стратегія нішера

SUMMARY

Shylova A.P. Marketing environment analysis for grounding of enterprise's strategy choice.

In Master's thesis, the marketing environment analysis is presented as a base for granting of successful strategy overview chosen by the 'Coal' department in 'Metal-Courier' LLC. The theoretical foundation for environment analysis is given, as well as, a number of crucial tools utilized in the thesis for goal achievement.

The thesis is devoted to ways of improvement of marketing strategy realization for 'Coal' department in 'Metal-Courier' LLC. The fundamental financial figures were evaluated for grounding the marketing events realization efficiency and forecasting results of such marketing events are estimated. The results of the thesis could be used for further researches of marketing environment analysis of the considered 'Coal' department or for marketing activity improvements.

Keywords: marketing environment, 'Coal' department, marketing strategy, PEST-analysis, SWOT-analysis, BCG matrix, nicher strategy

ЗМІСТ	
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМТСТВА	9
1.1. Маркетингове середовище: методи та способи дослідження	9
1.2. Поняття та види маркетингових стратегій підприємства	14
1.3. Основні етапи формування та впровадження маркетингової стратегії	23
РОЗДІЛ 2. Аналіз маркетингового середовища компанії «Метал-Кур'єр» та її відділу «Вугілля»	28
2.1. Оцінка стану ринку спеціалізованих інформаційних послуг	28
2.2. Загальна характеристика внутрішнього середовища	30
2.3. Аналіз зовнішнього середовища за моделлю М. Портера	42
2.4. Застосування PEST-аналізу для характеристики зовнішнього середовища	47
2.5. Комплексний SWOT-аналіз діяльності підприємства	51
РОЗДІЛ 3. Обґрунтування вибору маркетингової стратегії для відділу «Вугілля» компанії «Метал-Кур'єр»	54
3.1. Визначення маркетингової стратегії	54
3.2. Обґрунтування вибору маркетингової стратегії відділу та заходів щодо її впровадження	63
3.3. Оцінка ефективності обраної маркетингової стратегії в умовах дослідженого маркетингового середовища	69
ВИСНОВКИ	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	76