

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Розробка маркетингової стратегії для промислового підприємства»

Виконав: здобувач 2 курсу,
групи МГ-24м
Спеціальності D5 Маркетинг
Лиуров Гордій Олександрович
Керівник: Яременко С.С., к.е.н., доцент

Дніпро
2026

АНОТАЦІЯ

Лиуров Г.О. Розробка маркетингової стратегії для промислового підприємства.

Кваліфікаційна робота присвячена теоретичному обґрунтуванню та практичній розробці маркетингової стратегії для промислового підприємства ТОВ «АВ метал груп». Розглянуто теоретичні засади формування маркетингових стратегій на ринку В2В. Проаналізоване внутрішнє та зовнішнє маркетингове середовище ТОВ «АВ метал груп», здійснено оцінку конкурентних позицій компанії. Представлені напрями вдосконалення ринкової діяльності через сервісну диференціацію та цифровізацію. В процесі роботи розроблено маркетингову стратегію, обґрунтовано вибір цільових сегментів та запропоновано комплекс маркетингу в межах реалізації маркетингової стратегії. Результати розробок мають практичну цінність та можуть бути використані в діяльності підприємства.

Ключові слова: маркетингова стратегія, промислове підприємство, ринок металопрокату, конкурентоспроможність, сегментація, комплекс маркетингу.

SUMMARY

Lyiuov H.O. Development of marketing strategy of an industrial enterprise.

The Master's thesis is devoted to the theoretical substantiation and practical development of a marketing strategy for the industrial enterprise LLC "AV Metal Group". The theoretical bases of marketing strategy formation in the B2B market are considered. The internal and external marketing environment of LLC "AV Metal Group" is analyzed, and the company's competitive positions are assessed. The directions of improving market activity through service differentiation and digitalization are presented. In the course of work, a marketing strategy was developed, the choice of target segments was justified, and a marketing mix was proposed. The results of the development have practical value and can be used in the activities of the enterprise.

Keywords: marketing strategy, industrial enterprise, metal market, competitiveness, segmentation, marketing mix.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	10
1.1. Сутність та значення маркетингової стратегії в системі управління підприємством	10
1.2. Класифікація та види маркетингових стратегій	17
1.3. Методичні підходи до формування маркетингової стратегії промислових підприємств	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «АВ Метал Груп»	28
2.1. Загальна характеристика підприємства та його ринкового середовища	28
2.2. Аналіз внутрішнього середовища підприємства	34
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища	
2.4. SWOT-аналіз та оцінка конкурентних позицій підприємства	
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА ОБГРУНТУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «АВ Метал Груп»	56
3.1. Формування стратегічних маркетингових цілей промислового підприємства	56
3.2. Обґрунтування вибору цільових сегментів ринку та позиціонування продукції підприємства	61
3.3. Розробка комплексу маркетингу в межах реалізації маркетингової стратегії промислового підприємства	67
3.4. Оцінка ефективності та ризиків реалізації маркетингової стратегії	73
ВИСНОВОК	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	83

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу та збуту: дослідження сутності ролі та значення. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2017. № 2. С. 85–97.
2. Бойчук І. В. Організація маркетингової діяльності на промислових підприємствах. Торгівля, комерція, підприємництво. 2017. Вип.17. С. 71–74.
3. Войчак А. В. Дослідження сучасних концепцій маркетингу та маркетингового менеджменту. Маркетинг в Україні. 2019. № 4. С. 52–55.
4. Голяш І. Аналіз маркетингових ризиків підприємства. Економічний аналіз. 2019. Т. 10(4). С. 59–62.
5. Гузенко Г.М. Управління та вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві. Економіка і суспільство. 2017. № 12. С. 227–234.
6. Жук О.І. Сучасні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства. Економіка. Проблеми економічного становлення. 2021. № 2. С. 51–55.
7. Килипенко В.В. Теоретичний зміст і сутність управління маркетинговою діяльністю. Економіка АПК: міжнародний науково-виробничий журнал. 2016. № 11. С. 86–93.
8. Кирич Н.Б., Шведа Н.М., Юрик Н.Є. Конкурентні переваги як основа успішної стратегії розвитку організації. Соціально-економічні проблеми і держава. 2021. Вип. 2 (25). С. 334–344.
9. Кравець С.В. Сутність та особливості управління маркетинговими ризиками підприємств. Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2017. Т. 23, № 2. С. 75–85.
10. Лукан О.М. Економічна сутність маркетингової діяльності підприємства. Економічний простір. 2019. № 58. С. 172–180.
11. Луценко К.О. Актуальні тенденції розвитку комунікацій в системі маркетингу. Вчені записки університету «КРОК». Серія: Економіка. 2018. Вип. 3. С. 151–156.

12. Піскун Д.Н. Особливості формування системи маркетингового управління промисловим підприємством. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2018. Вип. 32. С. 109–112.

13. Піщур Я.С., Гобела В.В. Теоретико-методологічний аналіз процесу формування оптимальної системи управління економічною безпекою суб'єктів господарювання. Науковий вісник ЛьвДУВС. 2018. № 1. С. 227–235.

14. Шпак Н.О., Грабович І.В. Підходи до оцінювання ефективності використання інструментів маркетингу підприємств. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2022. Випуск 45. С. 84–90.

15. Окландер М.А., Литовченко І.Л., Ботушан М.І. Маркетингові комунікації промислових підприємств в умовах інформаційної економіки: монографія. – Одеса: Астропринт, 2011. – 232 с

16. Примак Т. О. Маркетингові комунікації : навч. посіб. – Київ : Ельга ; Ніка-Центр, 2003. – 280

17. Балабанова Л. В. Маркетинг : підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Київ: Знання-Прес, 2004. – 645 с.

18. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник. – 6-те вид. – Київ : Лібра, 2008. – 712 с.

19. Діброва Т.Г., Солнцев С.О., Бажеріна К.В. Рекламний менеджмент: теорія і практика : підручник. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. – 300 с.

20. Балабанова Л.В., Юзик Л.О. Рекламний менеджмент : підручник. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 366 с.

21. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. – Київ : Центр учбової літератури, 2012. – 240 с.

22. Сєвонькаєва О.О. Сучасні технології маркетингових комунікацій // Маркетинг в Україні. – 2019. – № 2. – С. 52–62.

23. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР // URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 22.12.2025).

24. Про захист персональних даних : Закон України від 01.06.2010 № 2297-VI // URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17> (дата звернення: 22.12.2025).
25. Про публічні закупівлі : Закон України від 25.12.2015 № 922-VIII // URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19> (дата звернення: 22.12.2025).
26. Prozorro. Офіційний портал електронної системи публічних закупівель // URL: <https://prozorro.gov.ua/> (дата звернення: 22.12.2025).
27. ТОВ «АВ метал груп». Офіційний сайт (про компанію / мережа металобаз / металосервісні центри) // URL: <https://avmg.com.ua/> (дата звернення: 22.12.2025).
28. YouControl. Аналітична система для перевірки компаній: дані про КВЕД 46.72 та профілі підприємств // URL: <https://youcontrol.com.ua/> (дата звернення: 22.12.2025).
29. OpenDataBot. Реєстрові дані підприємств та аналітика по КВЕД/ринках // URL: <https://opendatabot.ua/> (дата звернення: 22.12.2025).
30. GMK Center. Аналітика ринку сталі України (місткість ринку, імпорт, споживання прокату; огляди 2023–2025) // URL: <https://gmk.center/ua/> (дата звернення: 22.12.2025).
31. Ukrmetallurgprom (Укрметалургпром). Статистика та аналітика металургійної галузі України URL: <https://ukrmetprom.org/> (дата звернення: 22.12.2025).
32. Kyiv School of Economics (KSE) Institute. Звіти про втрати/руйнування та економічні наслідки війни для промисловості України (в т.ч. металургії) URL: <https://kse.ua/> (дата звернення: 22.12.2025).
33. World Bank, Government of Ukraine, European Union, United Nations. Ukraine Rapid Damage and Needs Assessment (RDNA) (оновлені оцінки збитків і потреб відбудови) URL: <https://www.worldbank.org/> (дата звернення: 22.12.2025).
34. OECD. Reconstruction and recovery in Ukraine: policy and governance analytics (теми прозорості, закупівель, відбудови) URL: <https://www.oecd.org/> (дата звернення: 22.12.2025).

35. Regulation (EU) 2023/956 of the European Parliament and of the Council of 10 May 2023 establishing a carbon border adjustment mechanism (CBAM). Available at: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2023/956/oj> (accessed: 22.12.2025).

36. European Commission. Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM): official guidance and implementation materials Available at: <https://commission.europa.eu/> (accessed: 22.12.2025).

37. Kotler P., Keller K. L. Marketing Management. – 15th ed. – Harlow : Pearson, 2016. – 832 p.

38. Belch G. E., Belch M. A. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. – 12th ed. – New York : McGraw-Hill Education, 2021. – 752 p.

39. Fill C., Turnbull S. Marketing Communications: Discovery, Creation and Conversations. – 6th ed. – Harlow : Pearson, 2016. – 960 p.

40. Keller K. L. Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. – 4th ed. – Harlow : Pearson, 2013. – 608 p.

41. Aaker D. A. Building Strong Brands. – New York : Free Press, 1996. – 400 p.

42. Porter M. E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. – New York : Free Press, 1980. – 396 p

43. Ansoff H. I. Corporate Strategy. – New York : McGraw-Hill, 1965. – 241 p.

44. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. – 8th ed. – Harlow : Pearson, 2022. – 688 p.

45. Kaplan A. M., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media // Business Horizons. – 2010. – Vol. 53(1). – P. 59–68.

46. Homburg C., Schäfer H., Schneider J. Sales Excellence: Systematic Sales Management. – Wiesbaden : Springer Gabler, 2012. – 300 p.

47. Industrial Marketing Management (журнал). Статті з B2B-маркетингу, цифровізації закупівель, CRM/комунікацій у промисловості. Available at: <https://www.sciencedirect.com/journal/industrial-marketing-management> (accessed: 22.12.2025).

48. Amazon.com, Inc. Form 10-K (Annual Report) / Investor Relations. Available at: <https://ir.aboutamazon.com/> (accessed: 22.12.2025).

49. Amazon Advertising. Офіційні матеріали щодо рекламних продуктів, вимірювання та бренд-інструментів. Available at: <https://advertising.amazon.com/> (accessed: 22.12.2025).

50. Meta Business. Довідкові матеріали щодо рекламних інструментів і метрик (для порівняння цифрових каналів комунікацій). Available at: <https://www.facebook.com/business/> (accessed: 22.12.2025)

51. Google Ads Help. Довідкові матеріали щодо налаштування, метрик, атрибуції. Available at: <https://support.google.com/google-ads/> (accessed: 22.12.2025)

52. IAB (Interactive Advertising Bureau). Гайди/стандарти цифрової реклами та вимірювання. Available at: <https://www.iab.com/> (accessed: 22.12.2025).

53. Лиуров Г.О. Використання штучного інтелекту для передбачення трендів у соціальних мережах. В зб.: Маркетингове управління конкурентоспроможністю в умовах глобальних викликів: тези доповідей, Дніпро, 17 квітня 2025 р. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2025. 77 с. 0,2 д.а

54. Лиуров Г.О., Яременко С.С. Систематизація маркетингових стратегій у сучасному менеджменті. Development of Education, Science and Business: Results 2025: Proceedings of the International Scientific and Practical Internet Conference, December 18-19, 2025. FOP Marenichenko V.V., Dnipro, Ukraine, 622 p., 341-342 pp.

55. Лиуров Г.О. Формування стратегічних маркетингових цілей промислового підприємства. В зб.: Актуальні проблеми та перспективи соціально-економічного розвитку регіону в умовах сучасних глобальних викликів: тези доповідей IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 26 лютого 2026 р., м. Кременчук. (подано до друку).

56. Лиуров Г.О.: Яременко С.С. Оцінка ефективності маркетингової стратегії підприємства. В зб.: "Цифрова економіка: глобальний вимір": тези доповідей II міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених, травень 2026 р. (подано до друку).