

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

# **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

на тему

**«Аналіз факторів зовнішнього середовища та їх  
врахування в маркетинговій діяльності  
підприємства»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-21зс

Спеціальності 075 Маркетинг

*шифр і назва*

Чорновал Іван Дмитрійович

*ПІБ*

Керівник: Гамзаг О.В., к.е.н., доцент

*прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання*

**Дніпро  
2025**

## АНОТАЦІЯ \*

### ***Чорновал І.Д. Аналіз факторів зовнішнього середовища та їх врахування в маркетинговій діяльності підприємства.***

Ця кваліфікаційна робота присвячена дослідженню впливу зовнішніх факторів на маркетингову діяльність ТОВ «Слобожанська деревообробна компанія» та розробці ефективної адаптивної стратегії з урахуванням сучасних ринкових викликів. У роботі проведено комплексний аналіз ринку деревообробної промисловості, сегментації споживачів, конкурентного середовища, а також виконано SWOT- та PEST-аналіз підприємства. На основі отриманих результатів було розроблено стратегію онлайн-маркетингу як ключовий інструмент підвищення конкурентоспроможності. У стратегії передбачено запуск корпоративного сайту, просування в соціальних мережах, SEO-оптимізацію, контент-маркетинг, рекламні кампанії та CRM-інтеграцію. Окрему увагу приділено розрахункам маркетингової ефективності, бюджетному обґрунтуванню заходів і фінансовій доцільності впровадження. Запропоновані дії орієнтовані на посилення ринкових позицій компанії, розширення цільової аудиторії та формування сталого клієнтського потоку в умовах високої конкуренції та цифрової трансформації бізнес-середовища.

**Ключові слова:** маркетинг, зовнішнє середовище, деревообробна промисловість, конкурентоспроможність, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, онлайн-маркетинг, стратегія, CRM, цифровізація.

## SUMMARY

### ***Chornoval I.D. Analysis of external factors and their consideration in the marketing activities of the enterprise.***

This qualification work is devoted to the study of the influence of external factors on the marketing activities of LLC "Slobozhansk Woodworking Company" and the development of an effective adaptive strategy taking into account modern market challenges. The work carried out a comprehensive analysis of the woodworking industry market, consumer segmentation, competitive environment, and also performed SWOT and PEST analysis of the enterprise. Based on the results obtained, an online marketing strategy was developed as a key tool for increasing competitiveness. The strategy provides for the launch of a corporate website, promotion in social networks, SEO optimization, content marketing, advertising campaigns and CRM integration. Special attention is paid to calculations of marketing efficiency, budget justification of measures and financial feasibility of implementation. The proposed actions are aimed at strengthening the company's market positions, expanding the target audience and forming a sustainable customer flow in conditions of high competition and digital transformation of the business environment.

**Keywords:** marketing, external environment, woodworking industry, competitiveness, SWOT analysis, PEST analysis, online marketing, strategy, CRM, digitalization.

## ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ВПЛИВ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА МАРКЕТИНГОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	8
1.1. Поняття та класифікація факторів зовнішнього середовища	8
1.2. Вплив макро- та мікросередовища на маркетингову діяльність підприємств	12
1.3. Методи аналізу впливу зовнішнього середовища на маркетингову діяльність підприємства	14
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТОВ «СЛОБОЖАНСЬКА ДЕРЕВООБРОБНА КОМПАНІЯ»	20
2.1. Загальна характеристика підприємства ТОВ «Слобожанська деревообробна компанія»	20
2.2. Аналіз ринку деревообробної промисловості	25
2.3. Сегментування ринку та позиціонування продукції підприємства	32
2.4. Аналіз конкурентного середовища	39
2.5. SWOT-аналіз і PEST-аналіз	42
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СЛОБОЖАНСЬКА ДЕРЕВООБРОБНА КОМПАНІЯ» З УРАХУВАННЯМ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	49
3.1. Розробка адаптивних маркетингових стратегій з урахуванням зовнішніх факторів	49
3.2. Використання сучасних маркетингових інструментів для підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Слобожанська деревообробна компанія»	55
3.3. Оцінка ефективності маркетингових заходів у змінних умовах зовнішнього середовища	59
ВИСНОВКИ	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	66