

**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 МГр-21

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Мороз Наталія Сергіївна

ПІБ

Керівник: Яременко С.С., к.е.н., доцент
прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

**Дніпро
2025**

АНОТАЦІЯ

Мороз. Н.С. Аналіз факторів зовнішнього середовища та їх врахування в маркетинговій діяльності підприємства.

У кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи аналізу факторів зовнішнього середовища підприємства, визначено його вплив на формування та реалізацію маркетингової стратегії ТОВ ВКФ «Велта». З урахуванням специфіки продукції промислового підприємства та конкурентних умов на ринку було розроблено заходи вдосконалення маркетингової діяльності у зовнішньому середовищі підприємства. Запропоновано комплекс заходів з цифрового маркетингу, спрямованих на покращення іміджу компанії та посилення її конкурентних позицій. Надано рекомендації щодо бюджетування цифрових заходів і методів оцінки їх ефективності.

Ключові слова: зовнішнє маркетингове середовище, цифровий маркетинг, маркетинговий аналіз підприємства, промисловий ринок, маркетингові стратегії, імідж підприємства, титановий ринок.

SUMMARY

Moroz. N.S. Analysis of external environmental factors and their consideration in the marketing activities of the enterprise.

In master's thesis the theoretical and methodological foundations of analyzing the external environment factors of an enterprise and determines their influence on the formation and implementation of the marketing strategy of LLC VKF "Velta". Taking into account the specifics of the products of an industrial enterprise and competitive conditions on the market, measures were developed to improve marketing activities in the external environment of the enterprise. A set of digital marketing measures was proposed, aimed at improving the company's image and strengthening its competitive position. Recommendations were given on budgeting digital measures and methods for assessing their effectiveness.

Keywords: external marketing environment, digital marketing, enterprise marketing analysis, industrial market, marketing strategies, enterprise image, titanium market.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	9
1.1 Значення та роль аналізу зовнішнього середовища в маркетинговій діяльності підприємства	9
1.2 Підходи до аналізу зовнішнього середовища підприємства	14
1.3 Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на стратегії маркетингу підприємства	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ТОВ ВКФ «ВЕЛТА»	29
2.1 Характеристика діяльності підприємства	29
2.2 Огляд основних тенденцій ринку титану в Україні	34
2.3 Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства	38
2.3.1. Аналіз мікросередовища	38
2.3.2. Аналіз макросередовища. PEST-аналіз	42
2.4 Сегментація ринку та визначення цільових сегментів	44
2.5 SWOT-аналіз підприємства	51
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ ВКФ «ВЕЛТА»	53
3.1 Розробка заходів з вдосконалення маркетингової діяльності підприємства	54
3.2 Маркетинговий бюджет запропонованих заходів	63
3.3 Економічна доцільність запровадження запропонованих заходів	67
ВИСНОВКИ	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	75
ДОДАТКИ	81

