

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

# **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

на тему

## **«АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТА РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГр20-2

Спеціальності 075 Маркетинг

*шифр і назва*

Охінько Вячеслав Валерійович

*ПІБ*

Керівник: Гамзаг О.В., к.е.н., доцент

*прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання*

**Дніпро  
2024**

## АНОТАЦІЯ

*Охінько В.В. Аналіз маркетингового середовища та розробка пропозицій щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємства*

Кваліфікаційна робота виконана з метою проведення аналізу зовнішнього середовища на основі даних ТОВ "ДЗБМ" та розробки і обґрунтування практичних рекомендацій щодо вдосконалення маркетингової діяльності виробничого підприємства. В роботі розглянуті методи аналізу зовнішнього середовища і його роль й актуальність у стратегічному плануванні, наведена загальна характеристика підприємства, проведено аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища. Запропоновані заходи щодо вдосконалення маркетингової діяльності за рахунок оптимізації структури асортименту, через впровадження управління асортиментом в систему менеджменту компанії. Розроблено рекомендації щодо впровадження чат-ботів у торгівлі будівельними матеріалами в діяльність ТОВ «ДЗБМ», що забезпечить підприємству не тільки короткочасний комерційний успіх, але й розширить клієнтську базу.

**Ключові слова:** маркетингове середовище, SWOT-аналіз, маркетингові фактори діяльності, організація маркетингової діяльності підприємства, маркетингові заходи.

## SUMMARY

*Ohinko V.V. Analysis of the marketing environment and development of proposals for improving the company's marketing activities*

The qualification work is carried out with the aim of analysing the external environment on the basis of data of LLC 'DZBM' and developing and substantiating practical recommendations for improving the marketing activities of a manufacturing enterprise.

The paper considers methods of analysis of the external environment and its role and relevance in strategic planning, provides a general description of the enterprise, analyses the external and internal environment. The article offers measures on improvement of marketing activity by means of optimisation of the structure of the assortment, through introduction of management of the assortment into the company's management system. Recommendations for the introduction of chatbots in the trade of building materials in the activities of DZBM LLC have been developed, which will ensure not only short-term commercial success for the enterprise, but also expand its customer base.

**Keywords:** marketing environment, SWOT-analysis, marketing factors of activity, organization of marketing activity of enterprise, marketing activities.

## ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ЙОГО ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1. Особливості маркетингової діяльності виробничого промислового підприємства будівельної галузі	9
1.2. Сутність та характеристика маркетингового середовища підприємства	14
1.3. Методичні засади визначення ефективності маркетингової діяльності підприємства	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ "ДЗБМ"	26
2.1. Характеристика господарської діяльності та фінансово- економічних показників підприємства ТОВ "ДЗБМ"	26
2.2. Аналіз маркетингової діяльності ТОВ «ДЗБМ»	33
2.3. Аналіз маркетингового середовища ТОВ "ДЗБМ"	37
2.4. SWOT-аналіз ТОВ «ДЗБМ»	53
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ДЗБМ»	58
3.1. Удосконалення маркетингової діяльності ТОВ «ДЗБМ» за рахунок оптимізації товарного асортименту	58
3.2. Впровадження цифрового маркетингу в процес формування структури товарного пропонування	68
ВИСНОВКИ	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	79

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амеліна І.В., Лукашенко К.С. Роль комплексу маркетингу в управлінні діяльністю підприємства в умовах ринкової конкуренції. *Економіка і регіон*. 2022. № 1. С. 50-58. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrig\\_2022\\_1\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrig_2022_1_9)
2. Архипова Т.В., Корюгін А.В. Цифровізація управління маркетинговою діяльністю підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 10. С. 65-68.
3. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Ін-т економіки і упр., каф. маркетингового менеджменту. К.: Центр учбової літератури, 2012. 612 с.
4. Белова Т.Г., Войтович Н.Ю. Сучасні тренди у маркетинговому середовищі підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 23(1). С. 16-19. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuimevsg\\_2019\\_23\(1\)\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuimevsg_2019_23(1)_5)
5. Біловодська О.А., Сигида Л.О. Управління маркетинговими каналами промислових підприємств на інноваційних засадах: монографія. К.: Центр навчальної літератури, 2018. 233 с.
6. Боєнко О.Ю., Петренко Д.С. Методичний підхід до оцінки маркетингового потенціалу підприємства в контексті маркетингового менеджменту. *Бізнес Інформ*. 2023. № 10. С. 404-412.
7. Бойчук І.В., Дмитрів А.Я. Маркетинг промислового підприємства: навч. Посібник. Львів. комерц. акад. К.: Центр учбової літератури, 2017. 360 с.
8. Буряк Р. І., Збарський В. К., Талавиря М. П., Бондаренко В. М. Маркетинг: підручник. Київ: ЦП «КОМПРИНТ». 2023. 538 с.
9. Гарафонова О. Особливості здійснення маркетингової діяльності на промислових підприємствах. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2021. № 1. С. 50-55. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apie\\_2021\\_1\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apie_2021_1_10)

- 10.Добрянська В.В., Чичуліна К.В., Івасенко О.А. Розвиток маркетингу ПРАТ «Миргородський завод мінеральних вод»: стратегія, екологічність, креатив. *Ефективна економіка*. 2023. № 8. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2023\\_8\\_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2023_8_29)
- 11.Значек Р.Р., Статєва М.С., Мардар М.Р., Черевата Т.М. Аналіз маркетингового середовища та оцінка конкурентоспроможності нових продуктів підвищеної харчової цінності. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія: Економічні науки. 2020. № 8. С. 32-42. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie\\_2020\\_8\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2020_8_6)
- 12.Іваненко Л. М., Боєнко О. Ю. Маркетинг: навчальний посібник. Вид. 3-є, доп. і перероб. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022. 362 с.
- 13.Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг: Навчальний посібник. 2-е вид., переробл. і допов. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с.
- 14.Каліна І.І., Мазур Ю.В. Організаційно-економічний механізм реалізації засад маркетингу на підприємстві в адаптаційний період. *Економічний простір*. 2022. № 182. С. 73-78. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros\\_2022\\_182\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2022_182_12)
- 15.Карбовська Л.О. Дослідження впливу факторів маркетингового середовища на діяльність промислового підприємства. *Наукові праці МАУП*. Економічні науки. 2019. Вип. 2. С. 40-47. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npmaupe\\_2019\\_2\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npmaupe_2019_2_7)
- 16.Карпенко Н.В. Маркетинг в галузях та сферах економіки України. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. Серія: Економічні науки. 2022. № 2. С. 96-102.
- 17.Корнієнко Т. О. Маркетингові стратегії у формуванні конкурентних переваг підприємств в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2023. № 49. DO: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-65>
- 18.Кравчик Ю.В. Обґрунтування маркетингової стратегії реалізації бізнес-плану підприємства. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту*. 2022. № 3-4. С. 66-78. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvhastat\\_2022\\_3-4\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvhastat_2022_3-4_9)

19. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: навч. Посібник. К.: Кондор, 2014. 246 с.
20. Макушок О.В., Корман І.І., Лементовська В.А. Практичні аспекти формування ефективної маркетингової стратегії. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 13. С. 67-72.
21. Мангушев Д.В., Несен М.А. Маркетинговий консалтинг як засіб ефективної діяльності підприємств. *Бізнес Інформ*. 2023. № 5. С. 257-262.
22. Маркетингове стратегічне управління конкурентоспроможністю на мікро-, мезо- і макрорівнях: монографія. Ун-т ім. Альфреда Нобеля; за наук. ред. І.В. Тараненко. Дніпро: Ун-т ім. А. Нобеля, 2017. 284 с.
23. Меркулов М.М., Ширяєва Л.В., Кандєєва В.В. Концептуальний розвиток сучасних маркетингових систем. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2023. Вип. 54. С. 14-21. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu\\_eim\\_2023\\_54\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2023_54_4)
24. Момот Т.В., Філатова І.О., Д'якон Д. Оцінка загроз маркетингового середовища підприємств будівельної галузі в умовах впровадження клієнто-орієнтованого управління. *Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості*. 2018. № 3. С. 122-130.
25. Ніколайчук Ю.Ю., Н.В. Язвінська Внутрішній маркетинг: еволюція поглядів, цінність, чинники впровадження та розвитку. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2020. Т. 25, Вип. 1. С. 158-163. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu\\_econ\\_2020\\_25\\_1\\_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2020_25_1_29)
26. Овсієнко Н.В. Дослідження маркетингового потенціалу промислового підприємства на прикладі ПрАТ «ОТІС». *Економічний простір*. 2021. № 167. С. 71-75. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros\\_2021\\_167\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2021_167_15)
27. Організація виробничої та маркетингової діяльності малого і середнього бізнесу: моногр. Ун-т мит. справи та фінансів; за наук. ред. К.С. Жадька. Дніпро: УМСФ, 2019. 224 с.

28. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк: СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
29. Парсяк В.Н. Теоретико-методичні засади контролю маркетингової діяльності на промислових підприємствах. *Підприємництво та інновації*. 2022. Вип. 24. С. 98-102. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/pidinnov\\_2022\\_24\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/pidinnov_2022_24_18)
30. Петруня Ю.Є., Петруня В.Ю. Маркетинг: навч. Посібник. Ун-т мит. справи та фінансів. 3-тє вид., перероб. і доп. Дн-ськ: Ун-т мит. справи та фінансів, 2016. 362 с.
31. Попело О.В., Лисогор І.С. Механізм забезпечення ефективного управління маркетингово-логістичною діяльністю підприємств в епоху цифровізації. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 8. С. 48-52.
32. Присвітла О.В. Формування системи маркетингового менеджменту в системі управління підприємством. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: Економічні науки*. 2023. № 5(2). С. 39-44. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie\\_2023\\_5\(2\)\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2023_5(2)_7)
33. Романишин Ю.Л., Лаба О.В., Лесюк О.О. Формування професійного контенту інтернет-ресурсів у маркетинговому середовищі організації. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*. 2023. Т. 6, № 1. С. 217-230. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/dpitsca\\_2023\\_6\\_1\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/dpitsca_2023_6_1_21)
34. Сало Я.В. Автоматизація маркетингової діяльності як наслідок інформатизації суспільства. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2023. № 1. С. 100-104. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamsue\\_2023\\_1\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamsue_2023_1_15)
35. Сірик А., Чернега А., Полешко Л.В. Маркетингове середовище компанії. *Вісник Київського інституту бізнесу та технологій*. 2016. № 2. С. 62. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkib\\_2016\\_2\\_46](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkib_2016_2_46)
36. Солнцев С.О., Москаленко О.Д., Черненко О.В. Система моніторингу маркетингового середовища підприємства. *Економічний вісник Національного*

- технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2018. № 15. С. 341-354.
- 37.Стамат В.М., Нехайчик Є.Є. Основні тренди маркетингової діяльності: світовий погляд. *Modern economics*. 2023. № 38. С. 152-157. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/modecon\\_2023\\_38\\_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/modecon_2023_38_25)
- 38.Станкевич І.В., Сақун Г.О. Методологічне забезпечення стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності підприємства. *Бізнес-навігатор*. 2022. Вип. 1. С. 76-79.
- 39.Турчин Л.Я. Методичний підхід до оцінювання рівня ефективності маркетингової діяльності підприємств. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2021. № 1. С. 55-61. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apie\\_2021\\_1\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apie_2021_1_11)
- 40.Формування системи інноваційного маркетингу підприємств. С. В. Маловичко [та ін.]; Донец. нац. ун-т економіки та торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Кр. Ріг: Чернявський Д.О., 2016. 215 с.
- 41.Хамініч С.Ю., Сокол П.М. Теоретичні аспекти маркетингової діяльності суб'єктів господарювання на засадах впровадження інноваційних технологій. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2022. № 3. С. 40-44. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep\\_2022\\_3\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2022_3_8)
- 42.Черкашина М.В. Алгоритми створення сприятливого маркетингового середовища. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 58 (спец. вип.). С. 243-244. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp\\_2017\\_58\\_\\_135](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2017_58__135)
- 43.Шептуха О.М. Маркетингові заходи щодо формування товарного портфелю підприємства. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: Економічні науки*. 2023. № 6. С. 83-87. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie\\_2023\\_6\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2023_6_12)
- 44.Шульгіна Л.М., Тригубенко В.Р. Склад комплексу маркетингових комунікацій сучасного підприємства. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2023. № 21. С. 42-47. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj\\_2023\\_21\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2023_21_9)