

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Розробка маркетингової стратегії промислового підприємства»

Виконав: здобувач 2 курсу,
групи МГ-23м
Спеціальності 075 Маркетинг
Сокол Максим Олегович
Керівник: Гамзаг О.В.,
к.е.н., доцент

Дніпро
2025

АНОТАЦІЯ

Сокол М.О. Розробка маркетингової стратегії промислового підприємства.

Кваліфікаційна робота присвячена вдосконаленню підходів до стратегічного маркетингового планування великих промислових підприємств. На основі теоретичного аналізу визначено сутність, види та значення маркетингових стратегій у сучасних умовах глобальної конкуренції. В роботі досліджено внутрішнє і зовнішнє середовище ТОВ "Метінвест Холдинг", проведено SWOT-аналіз, PEST-аналіз, а також оцінено ефективність існуючої маркетингової стратегії компанії.

В роботі запропоновано підходи до оцінки маркетингових стратегій, інтеграції сучасних цифрових технологій аналізу ринку, розробці сценарних моделей адаптації до кризових умов і пропозиції інноваційних рішень для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Особливу увагу приділено диверсифікації ринків, впровадженню соціально відповідального маркетингу та оптимізації витрат через енергоефективні технології.

Результати дослідження мають практичне значення для великих промислових компаній, сприяючи ефективнішому управлінню маркетинговими процесами, покращенню позицій на ринку та забезпеченню довгострокової стійкості бізнесу.

Ключові слова: маркетингова стратегія, ринок, маркетингова діяльність, конкурентоспроможність, споживачі, маркетингове планування.

SUMMARY

Sokol M.O. Development of a marketing strategy of an industrial enterprise.

The qualification work is devoted to improving approaches to strategic marketing planning of large industrial enterprises. On the basis of theoretical analysis, the essence, types and importance of marketing strategies in the current conditions of global competition are determined. The article studies the internal and external environment of Metinvest Holding LLC, conducts a SWOT-analysis, PEST-analysis, and evaluates the effectiveness of the company's existing marketing strategy.

The paper proposes approaches to evaluating marketing strategies, integrating modern digital market analysis technologies, developing scenario models for adapting to crisis conditions and offering innovative solutions to improve the company's competitiveness. Particular attention is paid to market diversification, the introduction of socially responsible marketing and cost optimisation through energy-efficient technologies.

The results of the study are of practical importance for large industrial companies, contributing to more efficient management of marketing processes, improving market positions and ensuring long-term business sustainability.

Keywords: marketing strategy, market, marketing activities, competitiveness, consumers, marketing planning.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	9
1.1 Сутність, види та значення маркетингової стратегії розвитку підприємства	9
1.2 Методика стратегічного маркетингового планування підприємства.....	14
1.3 Проблеми формування маркетингових стратегій розвитку підприємства ...	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ТОВ "МЕТІНВЕСТ ХОЛДІНГ"	23
2.1 Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища підприємства	23
2.2 Огляд основних тенденцій ринку.....	33
2.3 Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства.....	38
2.3.1 Аналіз мікросередовища.....	45
2.3.2 Аналіз макросередовища. PEST – аналіз.....	52
2.4 SWOT – аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства	55
РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ ЗАХОДИ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТОВ "МЕТІНВЕСТ ХОЛДІНГ"	62
3.1 Розробка маркетингової стратегії для ТОВ "МЕТІНВЕСТ ХОЛДІНГ"	62
3.2 Заходи щодо покращення маркетингової стратегії розвитку.....	64
3.3 Оцінка ефективності маркетингової стратегії розвитку підприємства.....	73
ВИСНОВКИ	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	79

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ansoff, H. I., & McDonnell, E. J. (2019). *Implanting Strategic Management* (3rd ed.). New York: Prentice Hall. pp. 203–245.
2. Armstrong G., Kotler P. *Marketing: An Introduction*. 15th ed. New York: Pearson Education, 2022. 800 p.
3. Barney J. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage // *Journal of Management*. 2022. Vol. 49, Issue 1. P. 99–120.
4. Cravens, D. W., & Piercy, N. F. (2021). *Strategic Marketing* (11th ed.). Boston: McGraw-Hill Education. pp. 90–135.
5. Day G. S. The Capabilities of Market-Driven Organizations // *Journal of Marketing*. 2021. Vol. 85, Issue 4. P. 77–91.
6. Ghemawat, P. (2021). *Redefining Global Strategy: Crossing Borders in a World Where Differences Still Matter* (2nd ed.). Boston: Harvard Business Review Press. pp. 45–76.
7. Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2020). *Strategic Management: An Integrated Approach* (13th ed.). Boston: Cengage Learning. pp. 78–105.
8. Hollensen, S. (2019). *Global Marketing* (8th ed.). Harlow: Pearson Education Limited. pp. 111–138.
9. Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2018). *Exploring Corporate Strategy: Text and Cases* (10th ed.). Harlow: Pearson Education Limited. pp. 123–156.
10. Kotabe, M., & Helsen, K. (2020). *Global Marketing Management* (8th ed.). Hoboken, NJ: Wiley. pp. 67–104.
11. Kotler, P., Keller, K. L., & Manceau, D. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education Limited. pp. 45–72.
12. Lambin J.-J., Schuiling I. *Market-Driven Management: Strategic and Operational Marketing*. 4th ed. London: Palgrave Macmillan, 2020. 412 p.
13. Lasserre, P. (2017). *Global Strategic Management* (4th ed.). New York: Palgrave Macmillan. pp. 98–132.

14. Peng, M. W. (2019). *Global Business* (4th ed.). Boston: Cengage Learning. pp. 101–132.
15. Perevozova, I., Dzoba, O., Minakova, S., Bondarenko, S., & Vasylyk, O. (2021). Управління оборотними активами промислових підприємств в контексті реалізації маркетингової стратегії. *Social Development and Security*, 11(1), 237–258.
16. Porter M. E. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press, 2021. 397 p.
17. Smith W. R. *Product Differentiation and Market Segmentation as Alternative Marketing Strategies* // *Journal of Marketing*. 2020. Vol. 44, Issue 2. P. 3–8.
18. Solomon M. R., Marshall G. W., Stuart E. W. *Marketing: Real People, Real Choices*. 10th ed. New York: Pearson, 2023. 672 p.
19. Vargo S. L., Lusch R. F. *Service-Dominant Logic: Continuing the Evolution* // *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2021. Vol. 48, Issue 1. P. 1–10.
20. West, D., Ford, J., & Ibrahim, E. (2020). *Strategic Marketing: Creating Competitive Advantage* (4th ed.). Oxford: Oxford University Press. pp. 78–120.
21. Zeithaml V. A., Bitner M. J., Gremler D. D. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. 8th ed. New York: McGraw-Hill Education, 2022. 658 p.
22. Kotler P. *Principles of Marketing*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1996. 142 p.
23. Assel H. *Marketing: Principles and Strategy*. Fort Worth, TX: Dryden Press, 1999. 86 p.
24. Aaker D. *Strategic Market Management*. New York: John Wiley & Sons. 75 p.
25. Porter M. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press, 1980. 131 p.

26. Mintzberg H., Ahlstrand B., Lampel J. *Strategy Safari: A Guided Tour Through the Wilds of Strategic Management*. New York: Free Press, 1988. 225 p.
27. Ansoff I. *Corporate Strategy: An Analytic Approach to Business Policy for Growth and Expansion*. New York: McGraw-Hill, 1965. 86 p.
28. Trout J., Ries A. *Marketing Warfare*. New York: McGraw-Hill, 1986. 197 p.
29. Андрощук Г. О. *Основи маркетингового стратегічного управління: навч. посіб.* Київ: Центр навчальної літератури, 2020. 248 с.
30. Афанасьев И. С., Афанасьев И. Е., Бурлакова С. С., Полячек К. О. *Маркетингова стратегія у системі забезпечення конкурентоспроможності гірничо-збагачувальних підприємств. Журнал економічних досліджень.* 2021. С. 45-52.
31. Белова К. С. *Аналіз ефективності маркетингової діяльності підприємства (на прикладі АН «The Capital»)*. Науковий вісник маркетингу. 2021. С. 98-105.
32. Білик М. Д. *Стратегічний маркетинг: теоретичні та практичні аспекти.* Львів: Львівська політехніка, 2019. 312 с.
33. Борилук О. Р. *Формування міжнародної маркетингової політики.* Журнал міжнародного маркетингу. 2022. С. 115-121.
34. Воронкова А. Е., Червінський В. М. *Маркетингова діяльність у кризових умовах: монографія.* Харків: Видавництво ХНУ, 2021. 198 с.
35. Гавриш О. А., Солнцев С. О., Зозульов О. В., Гавриш Ю. О. *Дослідження ефективності маркетингових стратегій в машинобудівній галузі.* Scientific notes of Lviv University of Business and Law. 2021. № 30. С. 165-171.
36. Герасимчук В. Г., Гончарук Я. В. *Стратегічне управління маркетинговою діяльністю промислових підприємств: монографія.* Київ: Університет економіки та права «КРОК», 2020. 224 с.
37. Довгань Ю. В. *Формування маркетингової стратегії просування інноваційних рослинних харчових олій.* Економіка та держава. 2020. № 1. С. 126-131.

38. Дуброва Т. О. Основи маркетингу: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2022. 350 с.
39. Звіти та результати | Метінвест [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://metinvestholding.com/ua/investor/reportresults>.
40. Клочко Є. М. Формування маркетингової стратегії підприємства на споживчому ринку. Науковий вісник бізнес-аналізу. 2023. С. 77-84.
41. Ковальчук С. В. Методологічні підходи до формування маркетингової стратегії промислового підприємства. Журнал економічних інновацій. 2017. С. 112-119.
42. Козорез Д. Маркетингова стратегія підприємства на споживчому ринку. Журнал споживчого маркетингу. 2023. С. 55-61.
43. Котляревська Т. С. SWOT-аналіз у маркетинговій стратегії промислового підприємства // Економіка і організація виробництва. 2022. № 1. С. 45–52.
44. Кравченко Т. В. Основи стратегічного маркетингу: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 256 с.
45. Кузьмичук Н. В., Куценко Т. М., Терованесова О. Ю. Теоретичні підходи до розуміння сутності маркетингової товарної політики підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2019. № 66. С. 102-108.
46. Курбацька Л. М., Кадирус І. Г. Впровадження маркетингових інновацій в діяльність промислових підприємств. Економіка та держава. 2020. № 4. С. 187-190.
47. Лаптева В. В. Розробка маркетингових стратегій у зовнішньоекономічній діяльності регіону. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2016. № 4(2). С. 148-152.
48. Левченко К. А. Маркетингова стратегія підприємства на ринку промислових товарів України: порядок формування та стратегічні ризики. Економіка та держава. 2018. № 3. С. 113-117.

49. Лошенко О. В., Галан Л. В., Посохов І. М. Сучасні стратегії в міжнародному маркетингу. Вчені записки Університету «КРОК». 2022. № 2(66). С. 123-131.
50. Ляшенко В. І., Дуброва Т. О. Маркетингові стратегії для промислових підприємств: сучасні виклики та перспективи // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Економіка. 2022. № 4. С. 12–20.
51. Мартиненко А. В., Перерва П. Г. Формування маркетингових стратегій для інноваційних товарів на окремих стадіях їх життєвого циклу. Маркетинг і цифрові технології. 2021. Т. 5. № 1. С. 6-16.
52. Мельник О. Г., Коваленко І. І. Аналіз маркетингових стратегій підприємств в умовах ринкової невизначеності // Вісник економічної науки України. 2021. № 4. С. 18–26.
53. Осіпова А. В. Дослідження проблем розробки та реалізації маркетингової стратегії підприємствами виноробної галузі. Журнал виноробної промисловості. 2018. С. 44-50.
54. Петрова І. Л., Лойко Є. М. Методичні засади розробки маркетингової стратегії підприємства. Вчені записки Університету «КРОК». 2022. № 1(65). С. 95-104.
55. Пироженко В. В. Інноваційні підходи до розробки маркетингових стратегій. Київ: Видавництво КНУ, 2021. 226 с.
56. Решетілова Т. Б., Куваєва Т. В. Вибір інноваційної маркетингової стратегії промислового підприємства на засадах партнерства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2017. № 6(1). С. 167-171.
57. Романюк І. В. Сучасні підходи до формування маркетингової стратегії підприємства в умовах цифрової трансформації // Маркетинг в Україні. 2022. № 2. С. 29–35.
58. Румик І., Пижьянов С. Економічні підходи до функціонування системи маркетингу на промислових підприємствах. Вчені записки Університету «КРОК». 2022. № 4(68). С. 9-19.

59. Савченко В. О. *Методологія стратегічного планування маркетингової діяльності підприємств*. Донецьк: ДонНТУ, 2019. 275 с.
60. Савчук І. В. *Інноваційні аспекти стратегічного планування маркетингової діяльності підприємств // Економічний часопис*. 2023. № 1. С. 45–53.
61. Слободян Н. Я., Дербеньова Я. В., Зеліч В. В. *Теоретико-методологічні засади розробки маркетингової стратегії підприємства (український досвід)*. *Академічні візії*. 2023. № 15. С. 34-40.
62. Смерічевський С. Ф., Зацаринін С. А. *Маркетингова стратегія просування інноваційних продуктів*. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Т. 6. № 1. С. 21-31.
63. *Суспільство і маркетинг: трансформації у воєнний час / за ред. О. Г. Савченка*. Львів: Априорі, 2023. 198 с.
64. Тищенко В. П., Павленко І. М. *Економічна ефективність маркетингових стратегій промислових підприємств*. Київ: КНЕУ, 2022. 265 с.
65. Хоменко С. В. *Стратегії просування продукції на міжнародні ринки в умовах глобалізації // Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2021. № 3. С. 73–80.
66. Швець І. Б., Следь О. М., Аль-Газу А. А. М. *Оцінка результативності міжнародної маркетингової стратегії при виході промислового підприємства на ринок Йорданії*. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2018. № 1(51). С. 273-280.
67. Шталь Т. В., Козуб В. О., Нахметов А. Н. *Формування міжнародної маркетингової стратегії виходу компанії на зовнішній ринок*. *Бизнес Информ*. 2018. № 1(480). С. 345-351.
68. Яківченко А. М. *Механізм інноваційного маркетингу промислового підприємства у повоєнний період*. *Підприємництво та інновації*. 2023. № 26. С. 63-69.
69. *Як використовувати LinkedIn для продажів | NetHunt [Електронний ресурс]*. Режим доступу: <https://nethunt.ua/blog/linkedin-dlia-prodazhu>