

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

# **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА**

на тему

## **«АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ НА ЗАКОРДОННИЙ РИНОК»**

Виконав: здобувач 2 курсу, групи МГ-18м

Спеціальності 075 Маркетинг

Бубело Роман Ігорович

Керівник: Мішустіна Т.С., к.е.н., доц.

**Дніпро**

**2020**

## АНОТАЦІЯ

### **Бубело Р. І. Аналіз зовнішнього середовища та обґрунтування маркетингової стратегії виходу на закордонний ринок**

Кваліфікаційна робота присвячена вивченню особливостей стратегічного планування діяльності компанії. Розглянуто теоретичний матеріал стосовно основних етапів створення стратегії наряду з необхідними інструментами для впровадження її у реальний бізнес. Проаналізовано ситуацію компанії «Стеко» та її маркетингову діяльність для виявлення можливостей розвитку. У процесі роботи уся здобута інформація була проаналізована та було запропоновано стратегію розвитку діяльності компанії – вихід на ринок Італії. Були поставлені цілі за методом SMART. Запропонована стратегія на базі поставлених цілей містить календарний план маркетингового заходу та мережевий графік.

**Ключові слова:** маркетингова стратегія, маркетингове планування, маркетингове середовище, ринок, інструменти.

## SUMMARY

### **Bubelo R. I. Analysis of the external environment and substantiation of marketing strategy of entering the foreign market**

Qualification work is devoted to the study of the peculiarities of strategic planning of the company. Theoretical material on the main stages of strategy creation was considered along with the necessary tools for its implementation in real business. The situation of the «Steko» company and its marketing activities were analyzed to identify development opportunities. In the process of the work all the information obtained was analyzed and a strategy for the development of the company activity was proposed – entering the Italian market. Goals were set using the SMART method. The proposed goal-based strategy includes a marketing event plan and a network schedule.

**Keywords:** marketing strategy, marketing planning, marketing environment, market, tools.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ ПРО СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....	9
1.1 Значення стратегічного маркетингового планування в діяльності бізнесу, його види та етапи.....	9
1.2 Маркетинговий аналіз мікро- та макросередовища, його інструменти .....	14
1.3 Інструменти стратегічного планування .....	21
1.4 Процес інтернаціоналізації бізнесу і можливі проблеми.....	27
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «СТЕКО».....	34
2.1. Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища підприємства ТОВ «Стеко». ....	34
2.2. Огляд основних тенденцій ринку віконної продукції України .....	39
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства .....	41
2.3.1. Аналіз мікросередовища.....	41
2.3.2. Аналіз макросередовища. PEST-аналіз.....	44
2.4. SWOT-аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства .....	47
РОЗДІЛ 3. ЗАХОДИ ЩОДО ЕФЕКТИВНОГО ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА СТЕКО НА РИНОК ВІКОННОЇ ПРОДУКЦІЇ ІТАЛІЇ.....	56
3.1. Підготовка до виходу на міжнародний ринок і його маркетингове дослідження .....	56
3.2. Оцінка привабливості ринку віконної продукції Італії.....	63
3.3. План виходу на ринок віконної продукції Італії та прогнозування результатів.....	68
ВИСНОВОК.....	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	81