

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ І ТУРИЗМУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему: «Удосконалення маркетингової стратегії просування продукції підприємства на зовнішніх ринках (на матеріалах ТОВ «СИРИУС-Н»)»

«Improving the marketing strategy for promoting the enterprise products in foreign markets (on the materials of LLC «Sirius-N»)»

Виконав: здобувач другого (магістерського)
рівня вищої освіти групи 6Мзд
спеціальності 073 «Менеджмент
(шифр і назва спеціальності)
освітньо-професійної програми «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Гірченко А.В.

(прізвище та ініціали здобувача)

Керівник Корчевська Л.О.

(прізвище та ініціали)

Хмельницький 2025 рік

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

Кафедра менеджменту, маркетингу і туризму

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітньо-професійна програма «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ к.е.н., доц. Руслан НАБОКА

«16» _____ 09 _____ 2025 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Гірченко Андрію Валерійовичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Удосконалення маркетингової стратегії просування продукції підприємства на зовнішніх ринках (на матеріалах ТОВ «СИРИУС-Н»)»

керівник роботи Корчеська Лілія Олександрівна, д.е.н., професор

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від 16 вересня 2025р., №430-с

2. Строк подання здобувачем роботи 18 грудня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи планові та звітні дані щодо діяльності ТОВ «СИРИУС-Н» за період 2021–2024 рр.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____

1. Теоретико-методичні основи дослідження маркетингової стратегії просування продукції підприємства на зовнішніх ринках

2. Аналіз маркетингової стратегії просування продукції ТОВ «СИРИУС-Н» на зовнішніх ринках

3. Пропозиції щодо удосконалення маркетингової стратегії просування продукції ТОВ «СИРИУС-Н» на зовнішніх ринках

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Робота містить 31 таблицю, 3 рисунки. Наочний матеріал на 9 аркушах

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ім'я та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Консультант з написання I-III розділів	Лілія КОРЧЕВСЬКА – професор	16.09.2025	25.11.2025
Консультант з нормоконтролю	Анна БЕРИСЛАВСЬКА – доцент	16.09.2025	03.12.2025

7. Дата видачі завдання 16 вересня 2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Огляд літературних джерел з теми	17.09.2025 - 30.09.2025	виконано
2	Складання і затвердження плану роботи	01.10.2025 - 09.10.2025	виконано
3	Робота над теоретико-методичним розділом	10.10.2025 - 24.10.2025	виконано
4	Робота над дослідницько-аналітичним розділом	25.10.2025 - 10.11.2025	виконано
5	Робота над проектно-рекомендаційним розділом	11.11.2025 – 21.11.2025	виконано
6	Формулювання висновків за темою дослідження	21.11.2025 - 25.11.2025	виконано
7	Оформлення роботи	26.11.2025 - 03.12.2025	виконано
8	Надання роботи керівнику для перевірки та написання подання	04.12.2025 - 11.12.2025	виконано
9	Подання роботи для перевірки у КСПНП	12.12.2025	виконано
10	Захист роботи в ЕК	18.12.2025	

Здобувач Андрій ГИРЧЕНКО
(підпис) (ім'я прізвище)

Керівник роботи Лілія КОРЧЕВСЬКА
(підпис) (ім'я прізвище)

АНОТАЦІЯ

Гірченко А.В. Удосконалення маркетингової стратегії просування продукції підприємства на зовнішніх ринках (на матеріалах ТОВ «СИРИУС-Н»)

Кваліфікаційна робота магістра присвячена дослідженню теоретико-методичних та практичних аспектів удосконалення маркетингової стратегії просування продукції підприємства на зовнішніх ринках. Розглянуто теоретико-методичні основи дослідження маркетингової стратегії просування продукції підприємства на зовнішніх ринках. Проаналізовано маркетингову стратегію просування продукції ТОВ «СИРИУС-Н» на зовнішніх ринках. Надано практичні рекомендації щодо удосконалення маркетингової стратегії просування продукції на зовнішніх ринках.

Ключові слова: маркетингова стратегія, зовнішні ринки, просування продукції, цифровий маркетинг, експортна діяльність.

ANNOTATION

Hirchenko A.V. Improving the marketing strategy for promoting the enterprise products in foreign markets (on the materials of LLC «Sirius-H»)

The master's thesis is devoted to a comprehensive study of the theoretical, methodological, and practical aspects of improving the marketing strategy for product promotion in foreign markets. The theoretical and methodological foundations of researching the enterprise's marketing strategy for entering international markets are examined. The marketing strategy of LLC "Sirius-H" for promoting its products abroad is analysed. Practical recommendations for enhancing the effectiveness of the marketing strategy for foreign market expansion are proposed.

Keywords: marketing strategy, foreign markets, product promotion, digital marketing, export activity.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ	9
1.1. Теоретичні основи формування маркетингової стратегії підприємства на зовнішніх ринках.....	9
1.2. Світові тенденції та досвід формування маркетингових стратегій виходу на міжнародні ринки.....	16
1.3. Методологічні підходи до розробки та оцінювання ефективності маркетингових стратегій підприємства на зовнішніх ринках.....	27
Висновки до розділу 1.....	36
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «СИРИУС-Н» НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ	39
2.1. Загальна характеристика діяльності підприємства ТОВ «СИРИУС-Н»	39
2.2. Аналіз поточної маркетингової стратегії підприємства	49
2.3. Дослідження ефективності просування продукції на зовнішніх ринках	63
Висновки до розділу 2.....	73
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «СИРИУС-Н» НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ	76
3.1. Обґрунтування доцільності впровадження оновленої маркетингової стратегії.....	76
3.2. Проект заходів з удосконалення системи просування на зовнішніх ринках.....	85
3.3. Оцінка економічної ефективності запропонованих заходів.....	96
Висновки до розділу 3.....	104
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	107
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	111

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах глобалізації, діджиталізації бізнесу та посилення конкуренції на міжнародних ринках ефективність маркетингової стратегії підприємства стає ключовим чинником його конкурентоспроможності та стійкості до зовнішніх викликів. Для українських підприємств, які переживають кризові явища, пов'язані з війною, релокацією, втратою ринків та трансформацією структури попиту, питання стратегічного маркетингового управління набуває особливої ваги.

Проблема, що потребує вирішення, полягає в низькому рівні цифровізації маркетингових процесів, обмеженій системності комунікацій із закордонними партнерами та недостатньому використанні аналітичних інструментів для планування й оцінки ефективності маркетингових заходів. Більшість українських малих та середніх підприємств, зокрема ТОВ «СИРИУС-Н», мають потенціал виходу на нові ринки, однак потребують оновлених підходів до формування маркетингової стратегії, що враховуватиме сучасні тренди B2B-просування, персоналізацію комунікацій, використання big data-аналізу та CRM-технологій.

Аналіз теоретичних джерел свідчить про значний науковий доробок зарубіжних дослідників (Ф. Котлер, М. Портер, Д. Аакер) та українських учених (М. Окландер, Я. Ларіна, Г. Савіна, Р. Набока) щодо формування маркетингових стратегій, однак малодослідженою залишається проблема адаптації цих концепцій до умов українського бізнес-середовища в період воєнного стану та інтеграції до європейського ринку.

Мета кваліфікаційної роботи полягає в теоретичному обґрунтуванні та практичному удосконаленні маркетингової стратегії просування продукції ТОВ «СИРИУС-Н» на зовнішніх ринках з урахуванням сучасних тенденцій міжнародного маркетингу та результатів аналізу поточного стану підприємства..

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі **завдання**:

- дослідити теоретичні основи формування маркетингової стратегії підприємства на зовнішніх ринках;
- вивчити світові тенденції та досвід формування маркетингових стратегій виходу на міжнародні ринки;
- узагальнити методологічні підходи до розробки та оцінювання ефективності маркетингових стратегій підприємства на зовнішніх ринках;
- охарактеризувати діяльність підприємства ТОВ «СИРИУС-Н»;
- проаналізувати поточну маркетингову стратегію підприємства;
- дослідити ефективність просування продукції на зовнішніх ринках;
- обґрунтувати доцільність впровадження оновленої маркетингової стратегії;
- надати проєкт заходів з удосконалення системи просування на зовнішніх ринках;
- оцінити економічну ефективність запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є процеси просування продукції підприємства у міжнародному середовищі.

Предметом дослідження є методи, інструменти та механізми формування й удосконалення маркетингової стратегії ТОВ «СИРИУС-Н».

Методи дослідження. У роботі використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів дослідження: аналітичний, логічний та системний аналіз – для обґрунтування ролі маркетингової стратегії у структурі стратегічного управління підприємством; SWOT-, PESTEL-, SPACE- та SNW-аналізи – для діагностики внутрішнього потенціалу та зовнішнього ринкового середовища ТОВ «СИРИУС-Н»; модель п'яти сил М. Портера – для оцінювання конкурентного простору та позиції підприємства на цільових ринках; економіко-статистичні методи – для аналізу динаміки доходів, ефективності просування та результатів діяльності підприємства; бенчмаркінг – для порівняння з практиками провідних компаній і визначення найкращих рішень щодо просування продукції за кордон; методи багатокритеріального оцінювання (ROI, BSC, KPI) – для оцінки

результативності маркетингової стратегії та ефективності запропонованих заходів; графічний метод – для візуалізації аналітичних результатів, структури комплексу маркетингу та динаміки ключових показників ефективності.

Елементи наукової новизни. Наукова новизна роботи полягає в уточненні поняття «маркетингова стратегія»; удосконаленні підходу до побудови маркетингової стратегії на основі інтеграції digital-інструментів, CRM-аналітики та моделі атрибуції ROMI; розробці практичної моделі стратегічного розвитку маркетингової діяльності для ТОВ «СИРИУС-Н» з урахуванням потенціалу виходу на ринки Молдови та Болгарії.

Практична значущість. Запропоновані рекомендації можуть бути безпосередньо впроваджені у діяльність ТОВ «СИРИУС-Н», оскільки включають реальний комплекс заходів: адаптацію продукту на зовнішні ринки, створення мультимовного сайту, впровадження CRM-системи та аналітичної панелі KPI, SEO-оптимізацію, систематизацію B2B-комунікацій та запуск цифрового контент-маркетингу. Очікуваний результат – зростання ROMI, збільшення експортної виручки та підвищення лояльності партнерів. Напрямки й моделі дослідження можуть бути застосовані також на інших українських підприємствах, що планують вихід на нові ринки.

Апробація результатів роботи. Опубліковано тези:

1. *Корчевська Л.О., Гірченко А.В.* Світові тенденції формування маркетингових стратегій виходу на міжнародні ринки // Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг: матеріали III Всеукраїнської наук.-практ. Інтернет-конф. здобувачів вищої освіти і молодих вчених (5 грудня 2025 р., м. Хмельницький, м. Херсон) / за ред. Р.М. Набоки. – Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В.С. (подано до друку).

Структура й обсяг роботи. Основний текст кваліфікаційної роботи викладено на 110 сторінках і складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел із 115 найменувань на 13 сторінках. Робота містить 31 таблицю та 3 рисунки.