

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ»

Виконала: здобувачка 4 курсу, гр. МГ-21 зс

Спеціальності 075 Маркетинг

Жилюк Марія Сергіївна

Керівник: Яременко С.С., к.е.н., доц.

**Дніпро
2025**

АНОТАЦІЯ

Жилюк М. С «Маркетингова діяльність підприємства та шляхи її вдосконалення»

У кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні та методологічні основи маркетингової діяльності підприємств, її значення в сучасних умовах конкуренції та цифрової трансформації ринків. Зокрема, проаналізовано маркетингову діяльність будівельної компанії BLIZZARD HM LLP, проведено оцінку її основних господарських показників, конкурентних переваг та визначено проблемні аспекти. Враховуючи особливості функціонування будівельної галузі, запропоновано комплекс маркетингових заходів для вдосконалення позиціонування компанії, підвищення ефективності цифрових каналів комунікації та залучення нових клієнтів. На основі проведеного SWOT-аналізу визначено сильні та слабкі сторони компанії, а також можливості для посилення її ринкової присутності через діджиталізацію маркетингових процесів. Розроблено рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності та економічної доцільності реалізації нової маркетингової стратегії.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, будівельна компанія, стратегія просування, конкурентоспроможність, маркетингові інструменти.

SUMMARY

Zhyluk M. S. «Marketing activities of the enterprise and their ways are thorough»

The qualification paper examines the theoretical and methodological foundations of marketing activities of enterprises and their significance under current conditions of competition and digital market transformation. In particular, the marketing activities of the construction company BLIZZARD HM LLP are analyzed, with an assessment of its key economic indicators, competitive advantages, and the identification of problematic areas. Taking into account the specific characteristics construction industry, a set of marketing measures is proposed to improve the company's positioning, increase the effectiveness of digital communication channels, and attract new clients. Based on the conducted SWOT analysis, the strengths and weaknesses of the company are identified, as well as opportunities to enhance its market presence through the digitalization of marketing processes. Recommendations are developed to improve competitiveness and ensure the economic feasibility of implementing a new marketing strategy.

Keywords: marketing, marketing activity, construction company, promotion strategy, competitiveness, marketing tools.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	10
1.1. Сутність маркетингу в діяльності підприємства	10
1.2. Основні інструменти та елементи маркетингової діяльності	13
1.3. Методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності	17
1.4. Зарубіжний та вітчизняний досвід вдосконалення маркетингової діяльності	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА BLIZZARD NM LLP	25
2.1. Загальна характеристика підприємства BLIZZARD NM LLP	25
2.2. Аналіз основних показників господарської діяльності підприємства	29
2.3. Аналіз маркетингової діяльності підприємства	33
2.4. SWOT-аналіз маркетингової діяльності та проблеми	38
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА BLIZZARD NM LLP	44
3.1. Дослідження поведінки споживачів на ринку будівництва у США та Україні	44
3.2. Оцінка конкурентоспроможності підприємства на ринку	50
3.3. Розробка маркетингових заходів щодо підвищення ефективності	55
3.4. Економічне обґрунтування запропонованих заходів	60
ВИСНОВКИ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	67