МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ
Будівельно-технологічний факультет
Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «Маркетинг»
Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Форма навчання: очна (денна)

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА
на тему:
«РОЗРОБЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ПОРТФЕЛЬНОГО АНАЛІЗУ»
(на прикладі ТОВ «ІдеалБуд Компані»)

Здобувача: Максименка Миколи Максимовича

Науковий керівник: Максютенко Ірина Євгеніївна

Київ 2025

1. ПРОБЛЕМАТИКА ДОСЛІДЖЕННЯ

Актуальність теми. Сучасні умови господарювання характеризуються зростанням рівня конкуренції, нестабільністю економічного середовища, швидкими технологічними змінами та підвищенням вимог споживачів до якості товарів і послуг. У таких умовах успіх підприємства безпосередньо залежить від здатності його керівництва своєчасно адаптуватися до ринкових змін, знаходити нові можливості розвитку та ефективно використовувати власний потенціал. Одним із найефективніших інструментів стратегічного управління у сфері маркетингу є портфельний аналіз, який дає змогу оцінити рентабельність, привабливість і потенціал різних напрямів діяльності підприємства. Використання методів портфельного аналізу (зокрема матриць BCG, GE/McKinsey, ADL тощо) дозволяє визначити, які види продукції або послуг потребують подальшого інвестування, які – оптимізації, а які – поступового виведення з ринку. Це забезпечує раціональний розподіл ресурсів, формування збалансованого маркетингового портфеля та концентрацію зусиль на перспективних сегментах ринку.

2. СТРУКТУРНІ ЕЛЕМЕНТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Мета дослідження	розробити ефективну маркетингову стратегію розвитку ТОВ «ІдеалБуд Компані» на основі портфельного аналізу, що забезпечить підвищення конкурентоспроможності підприємства, оптимізацію його ринкової діяльності та довгострокове зростання
Об’єкт дослідження	маркетингова діяльність ТОВ «ІдеалБуд Компані» у системі стратегічного управління розвитком підприємства
Предмет дослідження	теоретико-методичні та практичні засади розроблення маркетингової стратегії розвитку підприємства на основі портфельного аналізу

3. ЗАДАЧІ І СТРУКТУРА ДОСЛІДЖЕННЯ

ЗАДАЧІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сутність та значення маркетингової стратегії в системі стратегічного управління підприємством

Класифікація та типологія маркетингових стратегій розвитку

Методичні підходи до вибору оптимальної маркетингової стратегії на основі результатів портфельного аналізу

Загальна організаційно-економічна характеристика ТОВ «ІдеалБуд Компані»

Дослідження зовнішнього маркетингового середовища підприємства

SWOT-аналіз та виявлення стратегічних проблем розвитку

Вибір моделі портфельного аналізу

Визначення стратегічних пріоритетів і позиціювання бізнес-напрямів

Формування програми реалізації маркетингової стратегії та оцінка її ефективності

СТРУКТУРА ДОСЛІДЖЕННЯ

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ІДЕАЛБУД КОМПАНІ»

РОЗДІЛ 3 ЗАСТОСУВАННЯ ПОРТФЕЛЬНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ТОВ «ІДЕАЛБУД КОМПАНІ»

4.ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ НА ОСНОВІ ПОРТФЕЛЬНОГО АНАЛІЗУ

Цілі маркетингової стратегії

Маркетингова стратегія

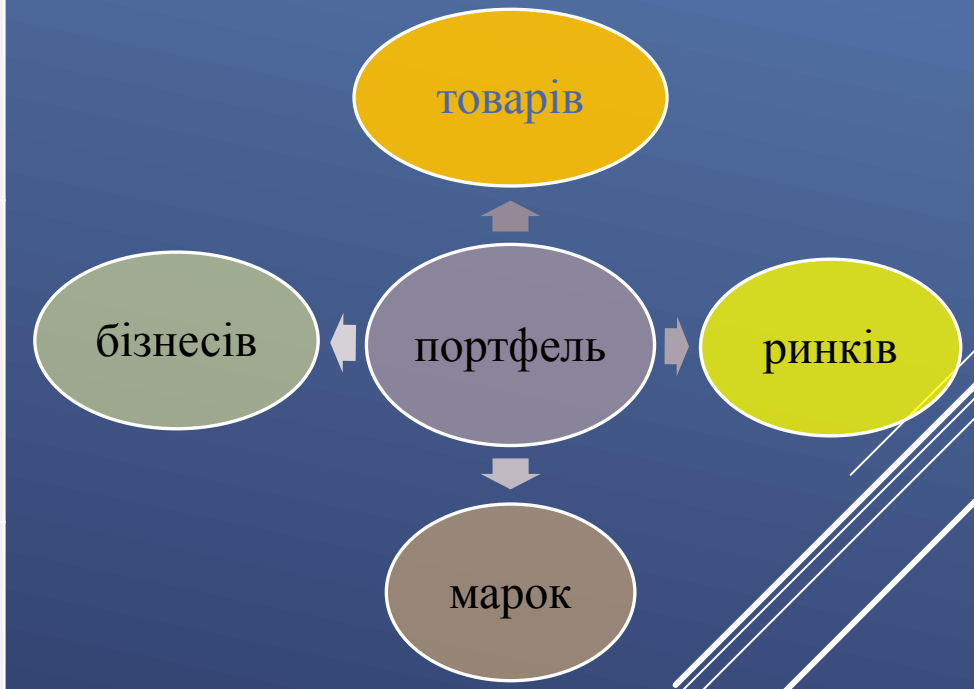
- Випередження конкурентів та досягти стабільного потоку клієнтів
- Детальний аналіз цільової аудиторії
- Визначення конкурентних переваг, позиціонування бренду та його унікалізація
- Пришвидшення розвитку бренду
- Збільшення кількості продажів та доходу
- Вихід на нові ринку
- Грамотне розподілення наявного бюджету для просування бренду

Проблеми, які покликаний вирішувати портфельний аналіз

- узгоджувати бізнес-стратегії чи стратегії господарських підрозділів підприємства
- здійснювати розподіл кадрових і фінансових ресурсів між господарськими підрозділами
- проводити аналіз портфельного балансу
- здійснювати реструктуризації підприємства (злиття, поглинання, ліквідація й інші дії по зміні управлінської структури підприємства, розширенню чи скороченню бізнесу)

5. ЕТАПИ ПРОЦЕСУ ПОРТФЕЛЬНОГО АНАЛІЗУ

Етап процесу портфельного аналізу	Опис	Особливості та вимоги
1. Виділення стратегічних бізнес-одиниць	Всі види діяльності підприємства або асортимент продукції розбиваються на окремі бізнес-одиниці	Бізнес-одиниця повинна обслуговувати ринок, мати власних споживачів і конкурентів; керівництво бізнес-одиниці контролює ключові фактори успіху на ринку
2. Оцінка конкуренто-спроможності та перспектив ринку	Визначається відносна конкурентоспроможність бізнес-одиниць і перспективи розвитку відповідних ринків	Використовуються різні критерії оцінки, запропоновані консультаційними фірмами, що враховують як внутрішні, так і зовнішні фактори
3. Розробка бізнес-стратегій	Для кожної бізнес-одиниці формується стратегія розвитку	Бізнес-одиниці з подібними стратегіями об’єднуються в однорідні групи для подальшого управління
4. Узгодження з корпоративною стратегією	Керівництво оцінює всі бізнес-стратегії підрозділів з погляду відповідності загальній корпоративній стратегії	Враховуються прибуток підрозділів і ресурси, необхідні для реалізації стратегії, забезпечується баланс між корпоративними цілями і ресурсами



Різновид маркетингових портфелів

6. ХАРАКТЕРИСТИКА ОБ'ЄКТА ДОСЛІДЖЕННЯ ТОВ «ІДЕАЛБУД КОМПАНІ»

Основні напрями діяльності підприємства

1. Будівельно-ремонтні роботи. Компанія виконує широкий спектр будівельних послуг: від капітального ремонту квартир і офісів до будівництва приватних будинків «під ключ».

2. Оздоблювальні та дизайнерські послуги.

«ІдеалБуд Компані» пропонує індивідуальні дизайн-проекти інтер'єрів та екстер'єрів, з урахуванням сучасних тенденцій і потреб клієнтів.

3. Реалізація будівельних матеріалів.

Компанія співпрацює з постачальниками та забезпечує клієнтів якісними матеріалами за конкурентними цінами.

4. Консалтинг у сфері будівництва.

Фахівці підприємства надають консультації щодо вибору матеріалів, технологій та оптимізації витрат.

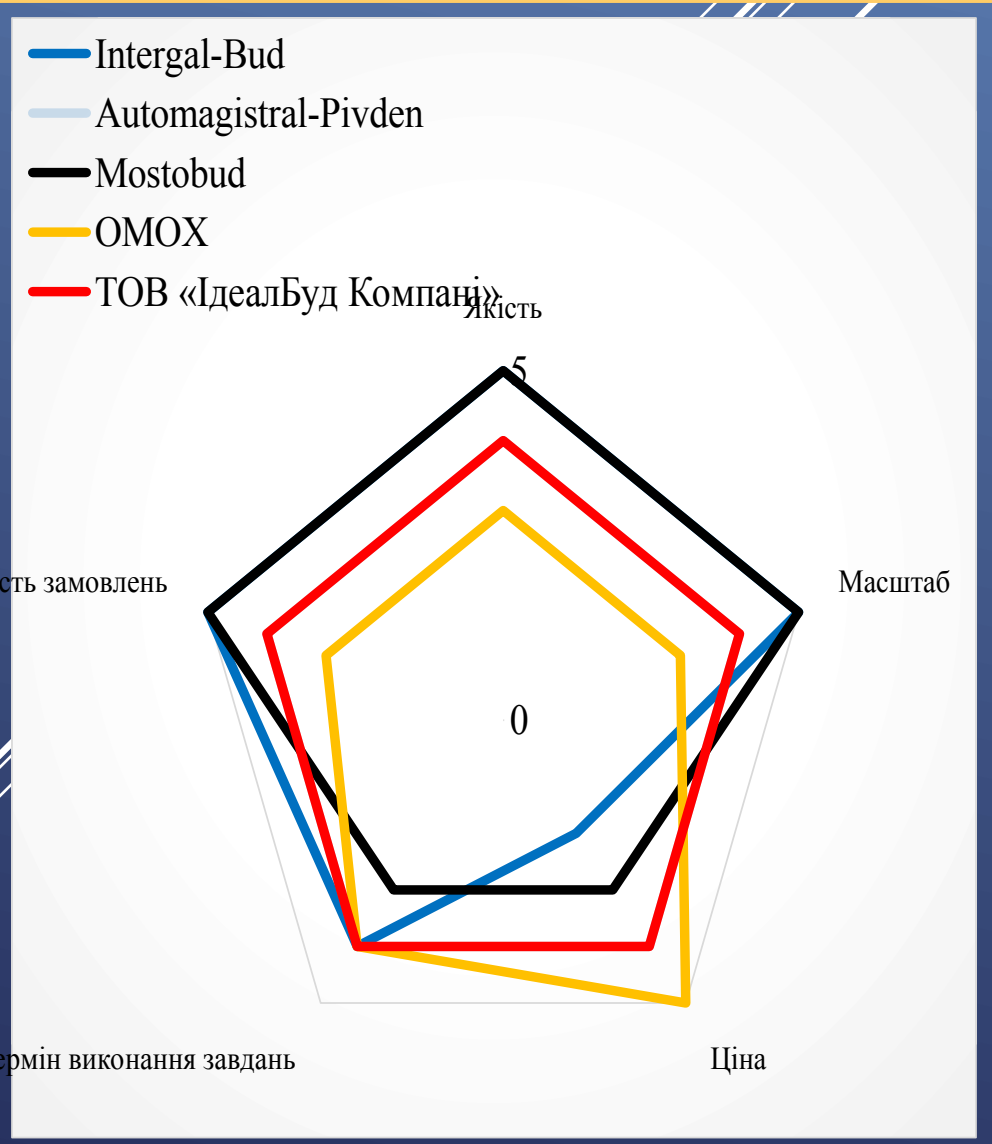
ТОВ «ІдеалБуд Компані» сучасна українська компанія, що працює на ринку будівництва та ремонтних послуг із 2016 року. За час своєї діяльності підприємство зарекомендувало себе як надійний партнер у сфері надання будівельно-ремонтних послуг та реалізації будівельних матеріалів. Компанія орієнтується на високу якість робіт, використання сучасних технологій та індивідуальний підхід до кожного клієнта

7. ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ ПОКАЗНИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ІДЕАЛБУД КОМПАНІ» ЗА 2021-2024 РОКИ

Показники	2021	2022	2023	2024	абсол.відх			відн.відх, %		
					2022 /2021	2023/ 2022	2024/ 2023	2022/ 2021	2023/ 2022	2024/ 2023
Дохід, тис грн	2384	4281,5	4,3	672,8	1897,5	-4277,2	668,5	79,59	-99,90	15546,51
Чистий прибуток, тис грн	216,2	130,8	-0,9	96,1	-85,4	-131,7	97	-39,50	-100,69	-10777,8
Активи, тис грн	1195,9	2277,4	2270,7	1681,8	1081,5	-6,7	-588,9	90,43	-0,29	-25,9347
Зобов'язання, тис грн	984,2	1 980	2 109	1 424	995,6	129	-685	101,16	6,52	-32,4829
Кількість працівників, ос	10	12	5	10	2	-7	5	20,00	-58,33	100

8. ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ КОНКУРЕНТІВ ТОВ «ІДЕАЛБУД КОМПАНІ»

Компанія	Спеціалізація	Регіон діяльності	Примітки
ІдеалБуд	Будівельно-ремонтні роботи	Київ	Виконано робіт на 247,93 тис. грн.
Intergal-Bud	Житлова та комерційна нерухомість	Київ, Львів, Чернівці	Більше 3,9 млн м² нерухомості
Automagistral -Pivden	Дорожнє будівництво	Україна	22,5% усіх будівельних обсягів у країні
Mostobud	Мостобудування	Київ, Україна	Понад 4 000 інженерних споруд
OMOX	Інфраструктурні проєкти	Київ, Україна	Спеціалізація на енергетичних об'єктах
CCG Development	Генеральний підряд, архітектура	Київ, Україна	Багаторічний досвід, бездоганна репутація
Synergy Group	Житлова та комерційна нерухомість	Київ, Ірпінь	ЖК «Синергія Сіті», «Синергія Київ»
Perfect Group	Проєктування, інженерія, архітектура	Київ	ЖК «Perfect Town», «Perfect Life»
Novatorbud	Постачання будівельних матеріалів	Київ	**Співпраця з провідними виробниками матеріалів**



9. СИЛЬНІ ТА СЛАБКІ СТОРОНИ ТОВ «ІДЕАЛБУД КОМПАНІ»

Сильні сторони	Слабкі сторони
1) Стабільна репутація на київському ринку нерухомості. **2) Досвід роботи у середньому та преміальному сегменті ЖК.** **3) Власна команда кваліфікованих інженерів і менеджерів.** **4) Наявність завершених успішних проєктів.** **5) Гнучка цінова політика порівняно з преміальними конкурентами.** **6) Використання сучасних технологій у будівництві.** **7) Наявність цифрових каналів продажів та онлайн-консультацій.** **8) Вміння швидко адаптувати графіки робіт у кризових умовах.** **9) Лояльна база постійних клієнтів.** **10) Наявність відпрацьованих процедур контролю якості.**	1) Обмежена присутність у преміальному сегменті. 2) Залежність від постачальників матеріалів у нестабільній економіці. 3) Часткова відсутність масштабних інфраструктурних проєктів. 4) Потреба у модернізації деяких технологічних процесів. 5) Відносно менша впізнаваність бренду порівняно з лідерами ринку. 6) Обмежений маркетинговий бюджет для рекламних кампаній. 7) Низька диверсифікація портфелю проєктів. 8) Ризики перебоїв у поставках через війну. 9) Часткова залежність від фізичного доступу до офісів і майданчиків. 10) Недостатньо широке використання інноваційних цифрових рішень.

10. ТАБЛИЦЯ SWOT-АНАЛІЗУ ТОВ «ІДЕАЛБУД КОМПАНІ»

Сильні сторони	Оцінка	Слабкі сторони	Оцінка
Стабільна репутація на ринку	44	Залежність від постачальників матеріалів	35
Досвід роботи у середньому та преміальному сегменті ЖК	45	Потреба у модернізації деяких технологій	33
Власна команда кваліфікованих інженерів	40	Обмежений маркетинговий бюджет	34
Швидка адаптація графіків робіт	40	Ризики перебоїв у поставках	32
Лояльна база постійних клієнтів	41	Обмежена кількість стратегічних партнерів	33
Наявність процедур контролю якості	36		
Можливості	Оцінка	Загрози	Оцінка
Зростання попиту на безпечне житло	40	Тривала війна та економічні обмеження	47
Переорієнтація на онлайн-продажі	41	Зростання цін на будівельні матеріали	44
Використання державних програм підтримки	42	Перебої у постачанні матеріалів	43
Впровадження нових технологій для зниження витрат	39	Підвищена конкуренція серед забудовників	45
Гнучкі програми розстрочки та кредитування	36	Зниження купівельної спроможності населення	39

11. МАТРИЦЯ SWOT-АНАЛІЗУ ТОВ «ІДЕАЛБУД КОМПАНІ»

ІНТЕГРАЦІЯ СПІЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА можливості "+"	ІНТЕНСИВНЕ ЗРОСТАННЯ сили "+"
ВІДМОВА, ЛІКВІДАЦІЯ слабкості "-"	ІНТЕГРАЦІЯ, ДИВЕРСИФІКАЦІЯ загрози "-"

SWOT аналіз

Проведений SWOT-аналіз ТОВ «ІдеалБуд Компані» дозволив виявити ключові стратегічні проблеми розвитку підприємства. Основними проблемами є залежність від постачальників матеріалів, потреба у модернізації технологій, обмежений маркетинговий бюджет та обмежена кількість стратегічних партнерів. Найбільші загрози пов’язані з тривалою війною, економічними обмеженнями, зростанням цін на будівельні матеріали та підвищеною конкуренцією серед забудовників.

12. ОЦІНКА ПРИБУТКУ ВІД НАДАНИХ ПОСЛУГ ТОВ «ІДЕАЛБУД КОМПАНІ»

Назва товару/послуги	Обсяг продажу у 2024 році		Обсяг прибутку у 2024 році	
	тис.грн	%	тис.грн	%
41.20 Будівництво житлових і нежитлових будівель	247,93	36,85	35,67	37,12
41.10 Організація будівництва будівель	47,50	7,06	2,45	2,55
43.21 Електромонтажні роботи	74,14	11,02	8,36	8,7
43.31 Штукатурні роботи	28,12	4,18	3,09	3,22
43.39 Інші роботи із завершення будівництва	36,60	5,44	2,08	2,16
46.73 Оптова торгівля деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічним обладнанням	238,51	35,45	44,45	46,25
Разом	672,8	100	96,1	100

Проведений аналіз свідчить, що у структурі діяльності ТОВ «ІдеалБуд Компані» домінують два напрями – будівництво житлових і нежитлових об’єктів та оптова торгівля будівельними матеріалами. Разом вони формують понад 72 % загального обсягу продажів і майже 83 % прибутку. Це означає, що саме ці напрями мають стратегічне значення для подальшого розвитку компанії, тоді як інші види робіт варто розглядати як допоміжні або такі, що потребують підвищення ефективності.

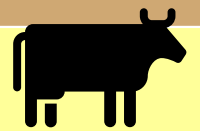
13. РОЗРАХУНОК ТЕМПУ РОСТУ ТА ЧАСТКИ РИНКУ ТОВ «ІДЕАЛБУД КОМПАНІ»

Назва діяльності	Темп росту ринку, %	Ємність ринку, тис. грн	Зважений темп зростання	Зростання для матриці	Частка ринку бренду, %	Частка ринку конкурента, %	Відносна частка ринку	Частка для матриці
41.20 Будівництво житлових і нежитлових будівель	6	5 000	0,221	Середнє	4,96	6,2	0,80	Середня
41.10 Організація будівництва будівель	4	1 200	0,028	Низьке	3,96	8,0	0,49	Низька
43.21 Електромонтажні роботи	10	1 000	0,110	Високе	7,41	6,0	1,23	Висока
43.31 Штукатурні роботи	8	800	0,033	Середнє	3,52	4,0	0,88	Середня
43.39 Інші роботи із завершення будівництва	5	900	0,027	Низьке	4,07	5,5	0,74	Низька
46.73 Оптова торгівля деревиною, будматеріалами, санітарно-технічним обладнанням	12	3 000	0,425	Високе	7,95	6,0	1,33	Висока

14. МАТРИЦЯ БКГ ТОВ «ІДЕАЛБУД КОМПАНІ» ЗА ОБСЯГОМ ПРОДАЖУ ТА ОБСЯГОМ ПРИБУТКУ У 2024 РОЦІ

Темп зростання ринку			
	Високий	**Важкі діти/Знаки питання**	**Зірки**
		електромонтажні роботи, штукатурні роботи	оптової торгівлі деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічним обладнанням
	Низький	**Собаки**	**Дійні корови**
		організація будівництва будівель та інші роботи із завершення будівництва	будівництво житлових і нежитлових будівель
		Низький	**Високий**





15. КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРУ У МАТРИЦІ MCKINSEY / GE

Критерії конкурентоспроможності	Вага фактора, %	Оцінка вираженості фактора (1–10)	Підсумкова оцінка Сегмент 1	Підсумкова оцінка Сегмент 2
Товар компанії має унікальну перевагу (унікальні властивості, технології, бізнес-модель)	27	8	2,16	0,81
Товар компанії задовольняє потреби цільової аудиторії у використанні	20	9	1,8	1,8
Сила бренду (порівняно або вище ніж у конкурентів; імідж, впізнаваність, лояльність)	15	5	0,75	1,5
Компанія володіє достатніми ресурсами для функціонування на новому ринку (фінансові, трудові, часові, кваліфікація)	12	7	0,84	0,48
Компанія є гнучкою і може швидко адаптуватися до ринкових змін	10	9	0,9	0,7
Рівень конкуренції в сегменті низький (гравці малоактивні, ринок не насичений і не поділений)	8	2	0,16	0,16
Разом (100%)	100	—	6,61	5,45

16. ОЦІНКА КРИТЕРІЇВ ПРИВАБЛИВОСТІ СЕГМЕНТІВ РИНКУ ТОВ «ІДЕАЛБУД КОМПАНІ»

Критерії привабливості сегмента	Вага фактора, %	Оцінка вираже-ності фактора (1–10)	Підсумкова оцінка Сегмент 1	Підсумкова оцінка Сегмент 2
Обсяг продажів сегмента високий	12	10	1,2	0,96
Кількість гравців у сегменті невелика	10	9	0,9	0,5
Інвестиції в рекламу в сегменті відсутні або на низькому рівні	9	2	0,18	0,27
Існують можливості для розширення асортименту в сегменті	10	8	0,8	0,4
Низький рівень культури використання продукту (можливість зростання)	5	9	0,45	0,5
Сила конкуруючих брендів невелика (низький рівень знання, лояльності, несформований імідж)	14	8	1,12	0,56
На ринку існують незадоволені та приховані потреби	12	8	0,96	0,36
Прогнозується довгострокове зростання сегмента	15	7	1,05	0,3
Ризики впливу зовнішніх чинників мінімальні	8	10	0,8	0,64
Разом (100%)	100	—	6,46	4,99

Привабливість сегменту				
	Висока (8-10 балів)	-	Сегмент № 1	-
	Середня (4-7 балів)	-	Сегмент № 2	-
	Низька (0-3 бали)	-	-	-
		Низька (0-3 бали)	Середня (4-7 балів)	Висока (8-10 балів)
		Конкурентоспроможність товару компанії в сегменті		

17. МАТРИЦЯ І. АНСОФФА ДЛЯ ТОВ «ІДЕАЛБУД КОМПАНІ»

Ринки / Продукти	Існуючі продукти	Нові продукти
Існуючі ринки	**Стратегія проникнення на ринок** – підвищення частки на ринку поліграфічних та зовнішніх рекламних послуг. Зокрема, збільшення обсягів продажу за рахунок: удосконалення сервісу для постійних клієнтів, знижкових акцій, системи бонусів, підвищення впізнаваності бренду у соцмережах (Facebook, Instagram, TikTok), активного використання контекстної реклами Google Ads.	**Стратегія розвитку продукту** – розроблення нових видів рекламної продукції: екологічна поліграфія, друк на нетипових матеріалах (дерево, тканина), впровадження широкоформатного LED-дизайну, створення інтерактивних рекламних щитів, розробка власної лінійки брендованої сувенірної продукції для корпоративних клієнтів.
Нові ринки	**Стратегія розвитку ринку** – розширення діяльності на нові регіони України (західний та південний ринки), участь у тендерах для державних та муніципальних замовлень, залучення клієнтів із суміжних галузей (будівництво, HoReCa, транспорт, IT-компанії). Вихід на B2B-платформи для співпраці з партнерами.	**Стратегія диверсифікації** – відкриття нового напряму діяльності: створення digital-реклами (таргетинг, SMM, відеомаркетинг), запуск власного продакшн-студії для виготовлення відеоконтенту, розроблення мобільного додатку для замовлення поліграфічних послуг, а також інвестиції у виробництво конструкцій для зовнішньої реклами.

18. СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ТОВАРНИХ ПОРТФЕЛІВ ТОВ «ІДЕАЛБУД КОМПАНІ»

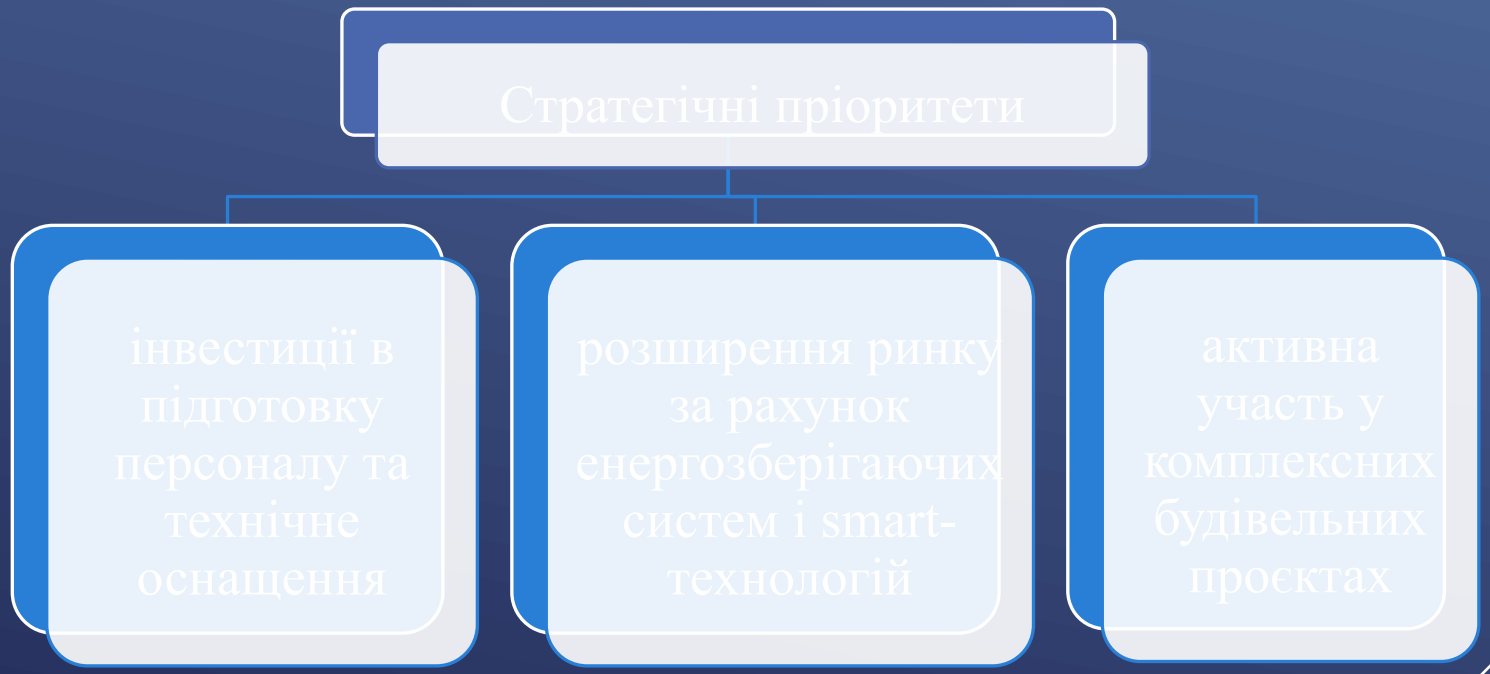
для сфери будівництво житлових і нежитлових будівель

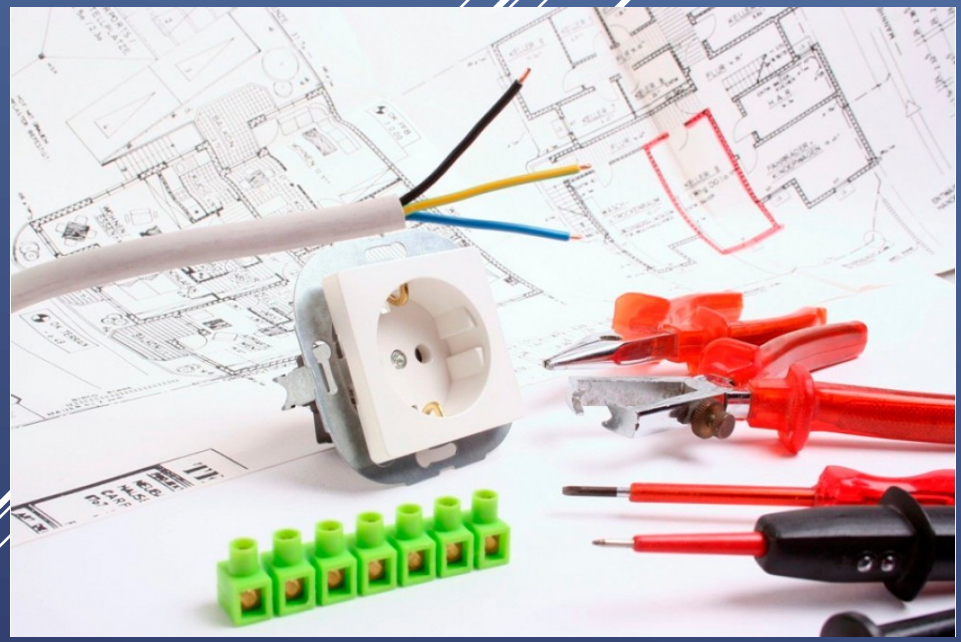




19. СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ТОВАРНИХ ПОРТФЕЛІВ ТОВ «ІДЕАЛБУД КОМПАНІ»

для сфери електромонтажні роботи





20. СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ТОВАРНИХ ПОРТФЕЛІВ ТОВ «ІДЕАЛБУД КОМПАНІ»

для сфери штукатурні роботи



- Стратегічні пріоритети
  - підвищення ефективності через механізацію процесів
  - розширення спектра оздоблювальних робіт (декоративні штукатурки, фасадні системи)
  - зниження витрат на матеріали за рахунок співпраці з постачальниками

21. СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ТОВАРНИХ ПОРТФЕЛІВ ТОВ «ІДЕАЛБУД КОМПАНІ»

для сфери організація будівництва будівель



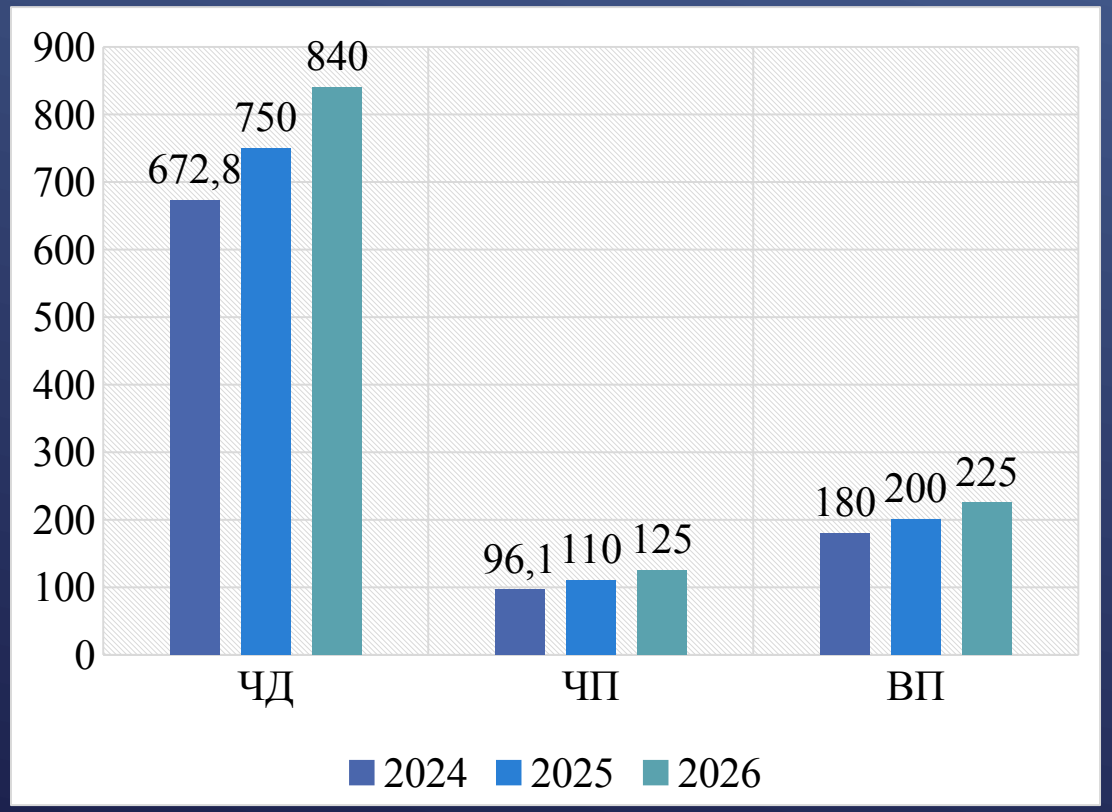


22. ПРОГРАМА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ІДЕАЛБУД КОМПАНІ»

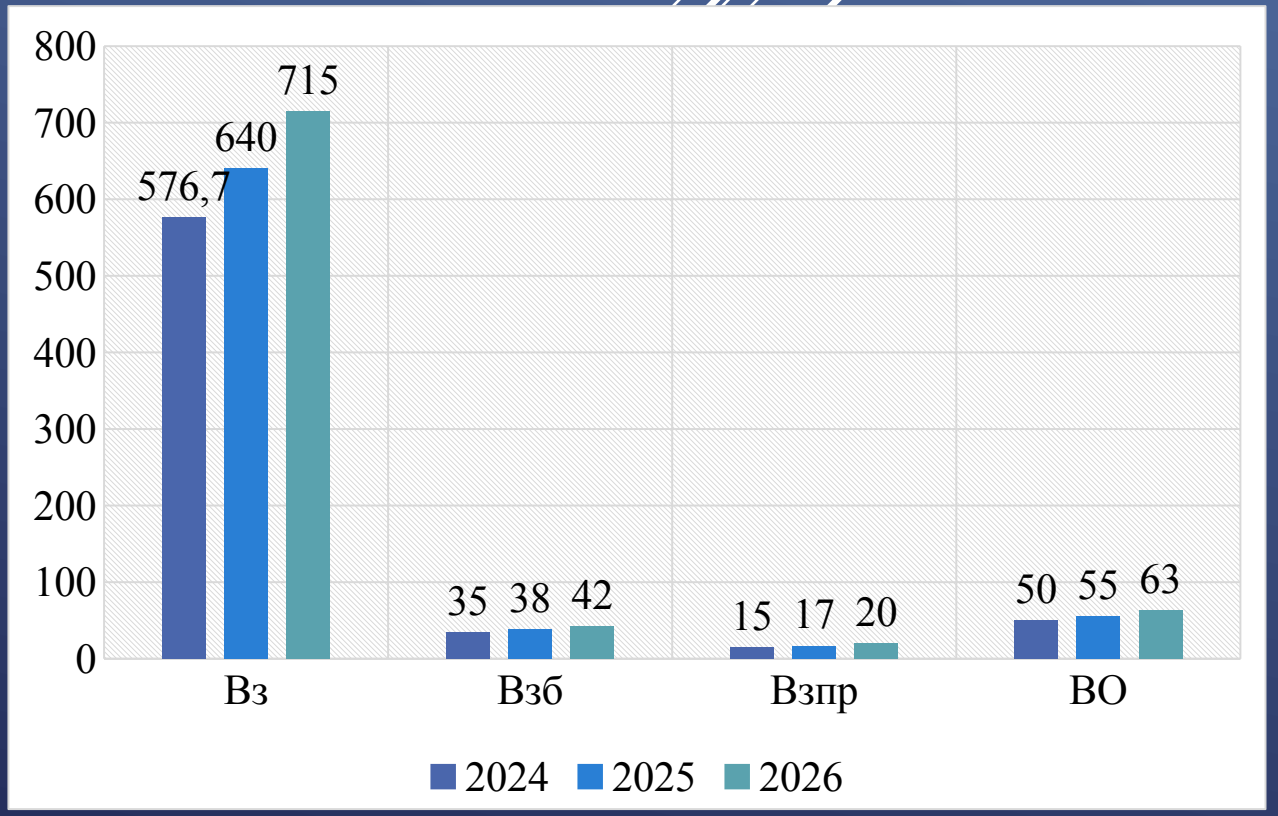
Напрямок/Проєкт	Конкретні дії	Відповідальні	Строк виконання
Участь у державних та приватних тендерах	Реєстрація на майданчиках Zakupki.Prom.ua, SmartTender, E-Tender, Tender.UA; підготовка пакету документів для тендерів; моніторинг конкурсів; подача заявок	Комерційний відділ, Юридичний відділ	січень – грудень 2026, постійно
Впровадження BIM-моделювання (Revit, ArchiCAD, Tekla Structures)	Створення 3D-моделей об’єктів, інтеграція інженерних систем, навчання персоналу	Відділ проектування, IT-відділ	січень – червень 2026
Автоматизація управління проєктами (Primavera P6, MS Project, PlanRadar)	Впровадження програмних комплексів для планування ресурсів, контролю термінів та бюджету; навчання персоналу	Відділ управління проєктами	лютий – липень 2026
Налагодження стабільних постачальницьких зв’язків	Пошук та укладення договорів з постачальниками матеріалів; моніторинг цін і якості; впровадження системи відкладеного платежу	Логістичний відділ, Закупівельний відділ	січень – квітень 2026
Розробка індивідуальних умов для девелоперів і корпоративних замовників	Визначення пакетів послуг, гнучких цін, бонусів, графіків оплати та інноваційних рішень; підготовка шаблонів договорів	Відділ маркетингу, Юридичний відділ, Комерційний відділ	березень – червень 2026
Початковий проєкт – житловий комплекс «Файна Таун»	Використання BIM-моделювання, smart-рішень та індивідуальних умов; участь у тендері; контроль термінів через Primavera/PlanRadar	Відділ управління проєктами, Відділ продажу, Відділ проектування	січень – грудень 2026

23. ПРОГНОЗНІ ПОКАЗНИКИ ТОВ «ІДЕАЛБУД КОМПАНІ» ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ

Прогнозована динаміка надходжень ТОВ «ІдеалБуд Компані» протягом 2025-2026 років, тис. грн



Прогнозована динаміка витрат ТОВ «ІдеалБуд Компані» протягом 2025-2026 років, тис. грн



24. ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Таким чином, проведене дослідження демонструє комплексну взаємозалежність усіх підрозділів маркетингової стратегії: продуктової, цінової, збутової та комунікаційної. Впровадження цих стратегій дозволяє ТОВ «ІдеалБуд Компані» зміцнити конкурентні позиції, підвищити ефективність діяльності та забезпечити стійке фінансове зростання. Застосування портфельного аналізу як основного інструменту стратегічного планування забезпечує обґрунтоване розподілення ресурсів та мінімізацію ризиків, що дозволяє підприємству досягати стратегічних цілей у межах прогнозованого бюджету та отримувати очікуваний чистий прибуток.

У підсумку можна стверджувати, що розроблена маркетингова стратегія розвитку ТОВ «ІдеалБуд Компані» є комплексною, ефективною та адаптованою до умов ринку, забезпечує стабільне зростання підприємства та створює передумови для подальшого масштабування бізнесу.

25. ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ОТРИМАНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

полягає у можливості використання запропонованого комплексу маркетингової продуктової стратегії для системного управління маркетингом і дає можливість забезпечити узгодженість дій усіх підрозділів підприємств Також розроблені стратегічні рішення придатні для використання не тільки ТОВ «ІдеалБуд Компані», а й іншими підприємствами будівельної галузі


З нагоди 95-річчя КНУБА

КНУБА

Київський національний університет будівництва і архітектури
Kyiv National University of Construction and Architecture

АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА УКРАЇНИ

СЕРТИФІКАТ
підтверджує, що

SERTIFICATE
approves, that

МИКОЛА МАКСИМЕНКО

взяв (-ла) участь у роботі VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку» (0,5 кредити ЄКТС)

took part in the VI International Scientific and Practical Internet Conference "Marketing Strategies, Entrepreneurship and Trade: Current Status, Development Directions" (0.5 ECTS credits)

Голова Вченої ради Київського національного університету будівництва і архітектури, д-р екон. наук, професор **Петро КУЛІКОВ**

Head of the Academic Council of Kyiv National University of Construction and Architecture, Dr.economy Science, Professor **Petro KULIKOV**

10 квітня 2025 року Київ, Україна

10-th April 2025 Kyiv, Ukraine

Апробація результатів дослідження. Наукові положення основних результатів дослідження та їх практичне застосування представлені в тезах «Проблематика використання портфельного аналізу в стратегічному управлінні підприємством ТОВ «Ковальська», що опубліковані у матеріалах VI Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку» в КНУБА, м. Київ, 10 квітня 2025 р.

ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!

ДОПОВІДЬ ЗАКІНЧЕНА