

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу
Кафедра менеджменту, маркетингу і туризму

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему: «Дослідження ефективності управління маркетинговою діяльністю
будівельного підприємства (на матеріалах ТОВ «КОНСАЛТСЕРВІС ПЛЮС»)»

«Research of the efficiency of marketing activity management of a construction enterprise
(on materials of LLC «CONSULTSERVICE PLUS»)»

Виконала: здобувачка першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти групи 4МНба
спеціальності 073 «Менеджмент».
(шифр і назва спеціальності)
освітньо-професійної програми
«Бізнес-адміністрування»

Фіц В. О.
(прізвище та ініціали)

Керівник Джерелюк Ю. О.
(прізвище та ініціали)

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

Кафедра менеджменту, маркетингу і туризму

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітньо-професійна програма «Бізнес-адміністрування»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри, к.е.н., доцент

Руслан НАБОКА

«14» 01 2025 р.

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

Фіц Вікторії Олексіївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Дослідження ефективності управління маркетинговою діяльністю будівельного підприємства (на матеріалах ТОВ «КОНСАЛТСЕРВІС ПЛЮС»)»

керівник роботи Джерелюк Юлія Олександрівна, д.е.н., професор

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

затверджені наказом закладу вищої освіти від 14.01.2025 р., №28-с

2. Строк подання здобувачем роботи 19.06.2025 р.

3. Вихідні дані до роботи: планові та звітні дані щодо діяльності ТОВ «КОНСАЛТСЕРВІС ПЛЮС» за період 2022–2024 рр.

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Теоретико-методичні основи дослідження управління маркетинговою діяльністю будівельного підприємства

2. Оцінювання ефективності управління маркетинговою діяльністю будівельного підприємства ТОВ «КОНСАЛТСЕРВІС ПЛЮС»

3. Підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю будівельного підприємства ТОВ «КОНСАЛТСЕРВІС ПЛЮС»

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

Робота містить 34 таблиць, 14 рисунків. Наочний матеріал на 6 аркушах

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ім'я та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Консультант з написання I-III розділів	<i>Юлія ДЖЕРЕЛЮК, професор</i>	14.01.2025	21.05.2025
Консультант з нормоконтролю	<i>Олена БИЛИМ, ст. викладач</i>	14.01.2025	22.05.2025 03.06.2025

7. Дата видачі завдання 14.01.2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Огляд літературних джерел з теми	15.01.2025–04.02.2025	виконано
2	Складання і затвердження плану роботи	05.02.2025–14.02.2025	виконано
3	Написання 1 розділу	15.02.2025–17.03.2025	виконано
4	Написання 2 розділу	18.03.2025–21.04.2025	виконано
5	Написання 3 розділу	22.04.2025–16.05.2025	виконано
6	Формулювання висновків за темою дослідження	17.05.2025–21.05.2025	виконано
7	Оформлення роботи	22.05.2025–03.06.2025	виконано
8	Надання роботи керівнику для перевірки та написання подання	04.06.2025	виконано
9	Подання роботи для перевірки у КСПНП	10.06.2025	виконано
10	Захист кваліфікаційної роботи в ЕК	19.06.2025	

Здобувачка Вікторія ФІЦ

Керівник роботи Юлія ДЖЕРЕЛЮК

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1. Концепції та функції маркетингової діяльності в системі управління підприємством	7
1.2. Особливості та стратегічні напрямки управління маркетинговою діяльністю будівельного підприємства	14
1.3. Методичні підходи та показники оцінювання ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства.....	22
Висновки до розділу 1.....	30
РОЗДІЛ 2. ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «КОНСАЛТСЕРВІС ПЛЮС»	32
2.1. Характеристика стану внутрішнього середовища підприємства як основи визначення ефективності управління з використанням ПЕОМ	32
2.2. Комплексне оцінювання рівня ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства	40
2.3. Аналіз ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства у конкурентному середовищі будівельного ринку.....	47
Висновки до розділу 2.....	55
РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «КОНСАЛТСЕРВІС ПЛЮС»	58
3.1. Обґрунтування напрямів підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства.....	58
3.2. Економічне оцінювання заходів з підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства.....	67
Висновки до розділу 3.....	71
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	77

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах динамічних змін на ринку та зростаючої конкуренції в будівельній галузі застосування ефективного управління маркетинговою діяльністю є головним інструментом для забезпечення стабільного розвитку підприємства. Саме маркетинг впливає на формування стабільного попиту, впізнаваність бренду, зміцнення ринкових позицій. Завдяки раціональному плануванню, організації, контролю та аналізу маркетингової діяльності, будівельні компанії мають змогу швидше адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі та якісно задовольняти попит споживачів. І тепер, коли управління маркетинговою діяльністю займає ключове місце для розвитку компанії, так важливо дослідити її ефективність для будівельного підприємства.

Наукові основи дослідження управління маркетинговою діяльністю будівельних підприємств дістали ретельне дослідження в працях ряду українських вчених, зокрема: О. О. Селезньова, І. В. Артимонова, Г. М. Гребньов, І. О. Щебликіна, Л. В. Балабанова, та інші. Проте, не дивлячись на те, що маркетинг займає провідну роль у діяльності будівельних підприємств, недостатньо уваги приділяється таким питанням, як аналіз ефективності саме управління маркетинговими процесами, також дослідження часто обмежуються розглядом лише загальних показників, не враховуючи специфіку будівельного ринку.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження кваліфікаційної роботи є узагальнення та розвиток теоретико-методичних основ оцінювання ефективності управління маркетинговою діяльністю будівельного підприємства, і обґрунтування практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю, враховуючи сучасні ринкові умови та специфіку галузі.

Реалізація поставленої мети вимагає вирішення наступних завдань:

- дослідити концепції та функції маркетингової діяльності в системі управління підприємством;
- надати характеристику особливостям та стратегічним напрямкам управління маркетинговою діяльністю будівельного підприємства;
- проаналізувати методичні підходи та показники оцінювання ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства;

- надати характеристику стану внутрішнього середовища підприємства як основи визначення ефективності управління;
- провести комплексне оцінювання рівня ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства;
- проаналізувати ефективність управління маркетинговою стратегією підприємства у конкурентному середовищі будівельного ринку;
- провести обґрунтування напрямів підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства;
- провести економічне оцінювання заходів з підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства.

Об'єктом дослідження є процес управління маркетинговою діяльністю будівельного підприємства ТОВ «КОНСАЛТСЕРВІС ПЛЮС».

Предметом дослідження є теоретичні засади, методичні підходи та практичні рекомендації щодо дослідження ефективності управління маркетинговою діяльністю будівельного підприємства.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених у сфері управління маркетинговою діяльністю підприємств, зокрема будівельного профілю. При формуванні проблеми й аналізу існуючих підходів щодо її вирішення була використана наукова, економічна та довідкова література, роботи провідних вітчизняних, періодичні видання України. Під час дослідження були використані звітні дані ТОВ «КОНСАЛТСЕРВІС ПЛЮС», використовувалися економіко-статистичні методи (порівняння, групування, графічний метод), метод логічного аналізу та узагальнень, а також елементи SWOT-аналізу.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що розроблені підходи та методичні рекомендації щодо підвищення ефективності управління маркетингової діяльності можуть бути реалізовані та вжиті на підприємстві для того, щоб оптимізувати маркетингові процеси, підвищити конкурентні показники. Заходи, що було запропоновано, можуть також бути адаптовані до інших підприємств будівельної ніші для коригування маркетингового менеджменту.

Структура й обсяг роботи. Основний текст роботи викладений на 76 сторінках, складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 38 найменувань на 3 сторінках. Робота містить 17 рисунків і 29 таблиць.