АНОТАЦІЯ

Кущак Д. І. «Аналіз маркетингового середовища ДК «MATERIK» та розробка стратегій адаптації до змін ринку».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «075 Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг і міжнародна логістика».

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2025.

У кваліфікаційній роботі досліджено теоретичні засади, інструменти та практичні підходи до аналізу маркетингового середовища та стратегічної адаптації діяльності девелоперської компанії в умовах воєнного часу. Представлено комплексний аналіз зовнішніх і внутрішніх чинників впливу на ринок первинної нерухомості м. Одеси, охарактеризовано маркетингову діяльність та конкурентне середовище ДК «MATERIK», проведено оцінку споживчої поведінки і динаміки ринкових змін.

На основі виявлених тенденцій і специфіки діяльності компанії розроблено стратегічні напрями адаптації маркетингової діяльності, включаючи вдосконалення цінової та продуктової політики, оновлення маркетингових комунікацій, застосування цифрових інструментів, редезайн для формування релевантного позиціонування бренду. Надано обґрунтування очікуваного впливу запропонованих заходів на конкурентоспроможність і ринкові позиції ДК «MATERIK».

Ключові слова: Ключові слова: *маркетингове середовище, стратегічна адаптація, девелоперська компанія, ринок первинної нерухомості, ДК «MATERIK», SWOT-аналіз, PEST-аналіз, модель п'яти сил Портера, модель 7P, стратегічне позиціонування, споживча поведінка.*

ANNOTATION

Kushchak. D. I. «Analysis of the Marketing Environment of the Company «MATERIK» and Development of Strategies for Adapting to Market Changes»

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty "075 Marketing" under the educational program "Marketing and International Logistics".

Odessa National Economic University. – Odesa, 2025.

The qualification thesis explores the theoretical foundations, tools, and practical approaches to analyzing the marketing environment and the strategic adaptation of a development company under wartime conditions. A comprehensive analysis of external and internal factors influencing the primary real estate market in Odesa is presented. The marketing activities and competitive environment of *DK "MATERIK"* are characterized, along with an assessment of consumer behavior and market dynamics.

Based on the identified trends and the specific features of the company's operations, strategic directions for adapting marketing activities have been developed, including improvements to pricing and product policies, updates to marketing communications, implementation of digital tools, and a redesign to ensure relevant brand positioning. The expected impact of the proposed measures on the competitiveness and market position of *DK "MATERIK"* is substantiated.

Keywords: *marketing environment, strategic adaptation, development company, primary real estate market, DK "MATERIK", SWOT analysis, PEST analysis, Porter's five forces model, 7P model, strategic positioning, consumer behavior.*