

Анотація

Кваліфікаційна бакалаврська робота **Димитрієв М.І.** на тему «**Маркетингова інноваційна стратегія підприємства: розробка, оцінка ефективності та шляхи реалізації**» присвячена теоретичному обґрунтуванню, аналітичному дослідженню та практичному моделюванню інноваційної маркетингової стратегії підприємства ПрАТ «ВО «Стальканат-Сілур» в умовах сучасного ринку.

Актуальність теми обумовлена необхідністю адаптації маркетингової політики вітчизняних підприємств до умов цифровізації, високої конкуренції, зростання вимог споживачів та нестабільного економічного середовища. Особливої ваги набуває впровадження інноваційних інструментів у B2B-секторі промисловості для забезпечення сталого розвитку та розширення ринкових позицій.

Метою роботи є розробка інноваційної маркетингової стратегії для ПрАТ «ВО «Стальканат-Сілур», що включає комплексне оцінювання зовнішнього та внутрішнього середовища, визначення ключових інноваційних заходів, формування етапів реалізації та оцінку ефективності за допомогою ROMI та KPI.

У процесі дослідження застосовано сучасні аналітичні методи, зокрема: SWOT-, PEST-, STEPLE-аналіз, матриці BCG, GE/McKinsey, EFE, IFE, CPM. Розроблено стратегічний план із впровадження цифрових інструментів (CRM, SEO, email-маркетинг), комунікаційних кампаній та автоматизації маркетингової діяльності. Економічне обґрунтування демонструє високий рівень рентабельності інвестицій у маркетинг (ROMI понад 200%).

Практичне значення роботи полягає у можливості застосування запропонованих рішень у діяльності промислових підприємств України для підвищення їх конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Ключові слова: маркетингова стратегія, інновації, CRM, ROMI, SWOT-аналіз, B2B, цифрова трансформація, конкурентоспроможність, ПрАТ «ВО «Стальканат-Сілур».

Annotation

The **Dimitriev's M.** qualification thesis titled "**Innovative Marketing Strategy of the Enterprise: Development, Efficiency Assessment, and Implementation Paths**" is devoted to the theoretical substantiation, analytical research, and practical modeling of an innovative marketing strategy for the enterprise PJSC "Stalkanat-Silur" under current market conditions.

The relevance of the topic lies in the need for Ukrainian enterprises to adapt their marketing policies to the realities of digital transformation, increasing competition, rising customer expectations, and economic instability. The implementation of innovative tools in the B2B industrial sector is particularly important for ensuring sustainable growth and strengthening market positions.

The purpose of the study is to develop an innovative marketing strategy for PJSC "Stalkanat-Silur", including a comprehensive assessment of external and internal environments, identification of key innovative initiatives, development of implementation stages, and evaluation of efficiency using ROMI and KPI indicators.

The research applies modern analytical methods such as SWOT, PEST, and STEPLE analysis, as well as BCG, GE/McKinsey, EFE, IFE, and CPM matrices. A strategic plan was developed that includes the implementation of digital tools (CRM, SEO, email marketing), communication campaigns, and the automation of marketing activities. The economic justification demonstrates a high return on marketing investment (ROMI exceeding 200%).

The practical significance of this work lies in the potential application of the proposed solutions in the activities of Ukrainian industrial enterprises to enhance their competitiveness in both domestic and foreign markets.

Keywords: marketing strategy, innovation, CRM, ROMI, SWOT analysis, B2B, digital transformation, competitiveness, PJSC "Stalkanat-Silur".