

АНОТАЦІЯ

Ангелова А. В. «Маркетингова діяльність підприємства (на прикладі ТОВ «Бастіон-Фудс»)»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньою програмою Маркетинг та міжнародна логістика
(назва освітньої програми)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2025.

У роботі досліджено особливості формування та реалізації маркетингової діяльності підприємства у сфері харчової промисловості на прикладі ТОВ «БАСТІОН-ФУДС». Розкрито теоретичні засади маркетингової діяльності, охарактеризовано її основні функції, принципи та роль у забезпеченні сталого розвитку компаній в умовах конкурентного середовища. У другому розділі проведено комплексну оцінку чинної маркетингової діяльності підприємства: представлено загальноекономічну характеристику ТОВ «БАСТІОН-ФУДС», здійснено аналіз зовнішнього маркетингового середовища (STEP-аналіз), внутрішнього потенціалу (SWOT-аналіз), а також рівня конкурентоспроможності компанії в порівнянні з провідними конкурентами за допомогою побудови багатокутника конкурентоспроможності. Проведено діагностику існуючої маркетингової політики за напрямками товарної, цінової, розподільчої та комунікаційної складових. На основі отриманих результатів розроблено два практичні напрями вдосконалення маркетингової діяльності підприємства: запуск нової лінійки преміального морозива як інструменту оновлення товарної політики, а також участь у спеціалізованій виставці для розширення ринкової присутності. Для кожного заходу визначено етапи реалізації, передбачено економічне обґрунтування та проаналізовано очікуваний річний економічний і соціальний ефект, що підтверджує доцільність запропонованих рішень.

Ключові слова: маркетингова діяльність, харчова промисловість, преміальний продукт, маркетингова стратегія, виставкові заходи, конкурентоспроможність, комунікації.

ANNOTATION

Anhelova A. "Enterprise`s marketing activities (on the example of Bastion-Foods LLC)"

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 075 "Marketing" in the educational program Marketing and international logistics
Odessa National Economic University - Odessa, 2025.

The paper examines the features of the formation and implementation of marketing activities of an enterprise in the food industry using the example of BASTION-FOODS LLC. The theoretical foundations of marketing activities are revealed, its main functions, principles and role in ensuring sustainable development of companies in a competitive environment are characterized. The second section provides a comprehensive assessment of the current marketing activities of the enterprise: the general economic characteristics of BASTION-FOODS LLC are presented, the analysis of the external marketing environment (STEP analysis), internal potential (SWOT analysis), as well as the level of competitiveness of the company in comparison with leading competitors is carried out by constructing a polygon of competitiveness. The existing marketing policy is diagnosed in the areas of product, price, distribution and communication components. Based on the results obtained, two practical directions for improving the enterprise's marketing activities are developed: the launch of a new line of premium ice cream as a tool for updating product policy, as well as participation in a specialized exhibition to expand market presence. For each event, implementation stages are defined, an economic justification is provided, and the expected annual economic and social effect is analyzed, which confirms the feasibility of the proposed solutions.

Keywords: marketing activities, food industry, premium product, marketing strategy, exhibition events, competitiveness, communications.