

АНОТАЦІЯ

Костей В. М. «Аналіз та удосконалення маркетингової діяльності підприємства (на прикладі ТОВ «Одескабель»»

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 проаналізовано сучасні підходи до вдосконалення маркетингової діяльності промислового підприємства на прикладі ТОВ «Одескабель». Розкрито теоретико-методологічні засади організації маркетингової діяльності в умовах конкурентного середовища, охарактеризовано її основні функції, інструменти та принципи ефективного управління. Увагу зосереджено на ролі маркетингової діяльності в забезпеченні сталого розвитку підприємства, його адаптації до змін зовнішнього середовища та формуванні довгострокових конкурентних переваг. У процесі дослідження проведено комплексний аналіз маркетингової діяльності ТОВ «Одескабель», оцінено внутрішні та зовнішні чинники, що впливають на її ефективність, зокрема за допомогою STEP-аналізу, SWOT-аналізу та багатокутника конкурентоспроможності. Виявлено сильні та слабкі сторони підприємства, напрями стратегічного розвитку, а також можливості та загрози ринкового середовища. На основі отриманих результатів запропоновано два практичні заходи щодо вдосконалення маркетингової діяльності: створення мультимовного YouTube-каналу та участь у міжнародній виставці. Для кожного з заходів проведено економічне обґрунтування, визначено структуру витрат, прогнозований річний економічний ефект і соціальні наслідки впровадження.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, промислове підприємство, бренд, цифрові комунікації, конкурентоспроможність, виставкова діяльність.

ANNOTATION

Kostei V. "Analysis and improvement enterprise marketing activities (on the example of Odeskabel 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 - Odesa, 2025.

The paper analyzes modern approaches to improving the marketing activities of an industrial enterprise using the example of LLC "Odeskabel". The theoretical and methodological principles of organizing marketing activities in a competitive environment are revealed, its main functions, tools and principles of effective management are characterized. Attention is focused on the role of marketing activities in ensuring the sustainable development of the enterprise, its adaptation to changes in the external environment and the formation of long-term competitive advantages. In the process of the study, a comprehensive analysis of the marketing activities of LLC "Odeskabel" was conducted, internal and external factors affecting its effectiveness were assessed, in particular using STEP analysis, SWOT analysis and the polygon of competitiveness. The strengths and weaknesses of the enterprise, areas of strategic development, as well as opportunities and threats of the market environment were identified. Based on the results obtained, two practical measures were proposed to improve marketing activities: creating a multilingual YouTube channel and participating in an international exhibition. An economic justification was conducted for each of the measures, the cost structure, the projected annual economic effect and the social consequences of implementation were determined.

Keywords: marketing, marketing activities, industrial enterprise, brand, digital communications, competitiveness, exhibition activities.