

АНОТАЦІЯ

Гуменюк А.О. «Управління маркетинговою діяльністю ПрАТ "ОДЕСЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ"»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг»

за освітньою програмою Маркетинг та міжнародна логістика

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2025

Дипломна робота присвячена дослідженню теоретичних основ та практичних підходів до удосконалення управління маркетинговою діяльністю промислового підприємства на прикладі ПрАТ «Одеський м'ясокомбінат». У роботі розглянуто сутність та функції маркетингового менеджменту, проаналізовано ключові підходи до оцінювання ефективності маркетингу в сучасних умовах ринку, а також досліджено взаємозв'язок між загальним управлінням і маркетинговим менеджментом.

У другому розділі здійснено аналіз діяльності ПрАТ «ОМК», охарактеризовано його фінансовий стан, досліджено ринок м'ясної продукції України, вивчено конкурентне середовище, проведено STEP- і SWOT-аналіз, а також побудовано багатокутник конкурентоспроможності.

На основі виявлених проблем і недоліків маркетингової діяльності підприємства запропоновано організаційно-структурні зміни, зокрема створення відділу маркетингу і збуту, а також модель управління маркетингом. Оцінено бюджет запропонованих заходів і доведено їхню економічну ефективність.

Результати дослідження мають прикладну значущість для підвищення конкурентоспроможності ПрАТ «Одеський м'ясокомбінат» та оптимізації його маркетингової політики з урахуванням сучасних ринкових викликів.

Ключові слова: маркетингове управління, промислове підприємство, маркетингова діяльність, конкурентоспроможність, структура управління, економічна ефективність.

ANNOTATION

Humeniuk A.O. "Marketing Activity Management at PJSC 'ODESA MEAT PROCESSING PLANT'"

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

Odessa National Economic University - Odessa, 2025.

The thesis is devoted to the study of theoretical foundations and practical approaches to improving the management of marketing activities at an industrial enterprise, using PJSC "Odesa Meat Processing Plant" as a case study. The paper examines the essence and functions of marketing management, analyzes key approaches to evaluating marketing effectiveness in modern market conditions, and explores the interrelation between general management and marketing management.

The second chapter provides an analysis of the company's activities, including its financial performance, an overview of the Ukrainian meat products market, an assessment of the competitive environment, as well as the application of STEP and SWOT analysis and a competitiveness polygon model.

Based on identified issues and shortcomings in the company's marketing activities, the study proposes organizational and structural changes, such as the creation of a marketing and sales department, and a model for marketing management. The budget of the proposed measures is estimated and their economic efficiency is substantiated.

The results of the research are practically valuable for enhancing the competitiveness of PJSC "Odesa Meat Processing Plant" and optimizing its marketing policy in line with current market challenges.

Keywords: marketing management, industrial enterprise, marketing activity, competitiveness, management structure, economic efficiency.