АНОТАЦІЯ

Іщенко М.В. «Удосконалення маркетингової діяльності підприємства молочної галузі ТОВ «Гормолзавод»»

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 і прикладних аспектів удосконалення маркетингової діяльності підприємства молочної галузі на прикладі ТОВ «Гормолзавод». У роботі розкрито сутність маркетингової діяльності як інструменту забезпечення конкурентоспроможності, а також проаналізовано організаційно-економічні механізми її вдосконалення.

Проведено оцінку маркетингового середовища підприємства, здійснено SWOT- та STEP-аналіз, вивчено товарну, цінову, збутову й комунікаційну політику компанії, а також рівень її конкурентоспроможності на ринку молокопродуктів. Визначено ключові чинники, що стримують розвиток підприємства, зокрема обмежений продуктовий асортимент і слабкі позиції на зовнішніх ринках.

У роботі запропоновано практичні рекомендації щодо вдосконалення маркетингової політики, розширення збутових каналів, впровадження інноваційних продуктів і виходу на міжнародні ринки, зокрема шляхом створення спільного підприємства. Розраховано економічний ефект від реалізації запропонованих заходів.

Результати дослідження мають практичне значення для ТОВ «Гормолзавод» і можуть бути використані іншими підприємствами молочної галузі в умовах підвищеної конкуренції.

Ключові слова: маркетингова діяльність, молочна галузь, конкурентоспроможність, стратегія розвитку, маркетинг-мікс, SWOT-аналіз, зовнішні ринки.

ANNOTATION

Ishchenko M.V. "Improving the Marketing Activities of the Dairy Industry Enterprise LLC 'Hormolzavod'"

Qualification work for obtaining a bachelor degree in specialty 075 "Marketing"

in the educational program Marketing and International Logistics

Odessa National Economic University - Odesa, 2025.

The diploma thesis is devoted to the study of theoretical and practical aspects of improving the marketing activities of a dairy industry enterprise, using the case of LLC “Hormolzavod.” The work examines the essence of marketing as a tool for enhancing competitiveness and analyzes the organizational and economic mechanisms for its improvement.

The marketing environment of the enterprise was assessed using SWOT and STEP analysis. The company’s product, pricing, distribution, and communication policies were evaluated, along with its market competitiveness in the dairy sector. Key constraints to development were identified, including a limited product assortment and weak positions in foreign markets.

The thesis offers practical recommendations to improve the company’s marketing policy, expand distribution channels, introduce innovative products, and enter international markets, including through the creation of a joint venture. The economic effect of the proposed measures has been calculated.

The research findings are of practical relevance to LLC “Hormolzavod” and can also be applied by other enterprises in the dairy industry under competitive market conditions.

Keywords: marketing activities, dairy industry, competitiveness, development strategy, marketing mix, SWOT analysis, foreign markets.