

АНОТАЦІЯ

Дмитрієва К.Є. «Маркетинг торгівлі на прикладі ТОВ «Профі Продукт»»

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 та прикладних аспектів маркетингової діяльності торговельного підприємства на прикладі ТОВ «Профі Продукт», що спеціалізується на постачанні продукції для закладів HoReCa.

Проведено комплексну оцінку внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища підприємства, зокрема за допомогою SWOT- та PEST-аналізу, а також вивчено маркетинг-мікс компанії та рівень її конкурентоспроможності на ринку. Виявлено ключові проблеми, що стримують розвиток підприємства, зокрема недостатній рівень цифровізації маркетингової діяльності та обмеженість каналів взаємодії з клієнтами.

У роботі запропоновано практичні заходи щодо вдосконалення маркетингової стратегії, підвищення ефективності інтернет-діяльності, застосування цифрових інструментів для прогнозування попиту, персоналізації комерційних пропозицій і автоматизації обслуговування клієнтів.

Результати дослідження мають практичну цінність для підвищення ефективності маркетингової діяльності ТОВ «Профі Продукт» та можуть бути адаптовані до потреб аналогічних компаній у сфері B2B-дистрибуції.

Ключові слова: маркетингова діяльність, маркетинг-мікс, торговельне підприємство, конкурентоспроможність, стратегія розвитку, цифрові інструменти, HoReCa.

ANNOTATION

Dmitrieva K.E. "Trade Marketing on the Example of LLC "Profi Produkt""

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 thesis is devoted to the study of theoretical foundations and practical approaches to the marketing activities of a trading enterprise, using the case of LLC "Profi Produkt," a company specializing in supplying goods to the HoReCa sector.

A comprehensive assessment of the internal and external marketing environment of the company was conducted, including SWOT and PEST analysis. The marketing mix and the enterprise's level of competitiveness in the market were examined. Key problems hindering the company's development were identified, such as insufficient digitalization of marketing activities and limited client interaction channels.

The thesis proposes practical measures to improve the marketing strategy, enhance the effectiveness of online activities, and implement digital tools for demand forecasting, personalized offers, and automation of customer service.

The results of the study are of practical value for improving the marketing performance of LLC "Profi Produkt" and can be adapted for use by similar companies in the B2B distribution sector.

Keywords: marketing activities, marketing mix, trading enterprise, competitiveness, development strategy, digital tools, HoReCa.