

АНОТАЦІЯ

Корунова С. В. «Особливості маркетингової діяльності підприємства (на прикладі ПРАТ «АБІНБЕВ ЕФЕС УКРАЇНА»)»

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 кваліфікаційній роботі розглянуто сучасні підходи до вдосконалення маркетингової діяльності підприємства на прикладі ПРАТ «АБІНБЕВ ЕФЕС УКРАЇНА». Проаналізовано теоретико-методологічні основи організації маркетингової діяльності в умовах цифрової трансформації, високої конкуренції та соціально-економічної нестабільності. Розкрито сутність маркетингу як комплексної системи управління ринковою діяльністю підприємства, охарактеризовано його ключові функції, принципи та інструменти. У процесі дослідження здійснено загальноекономічну характеристику підприємства, проаналізовано зовнішнє та внутрішнє маркетингове середовище за допомогою STEP- та SWOT-аналізу, побудовано багатокутник конкурентоспроможності та визначено чинники, що впливають на ринкову позицію компанії. У роботі запропоновано два стратегічні напрями вдосконалення маркетингової діяльності: розробка та запуск мобільного застосунку “BeerLab” як інструменту цифрової комунікації та розширення безалкогольного та функціонального сегменту продукції відповідно до сучасних споживчих трендів. Проведено економічне обґрунтування обох заходів, визначено обсяги витрат, річний економічний ефект і соціальну значущість ініціатив. Доведено, що впровадження цифрових рішень та інноваційної продуктової стратегії сприятиме посиленню бренду компанії, залученню нових клієнтів, підвищенню лояльності та забезпеченню сталого розвитку підприємства в умовах ринкових змін.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, бренд, цифрова комунікація, економічний ефект, соціальний ефект, конкурентоспроможність.

ANNOTATION

Korunova S. "Features of the enterprise's marketing activities (on the example of PRJSC ABINBEV EFES UKRAINE)"

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 qualification work considers modern approaches to improving the marketing activities of the enterprise using the example of PRJSC “ABINBEV EFES UKRAINE”. The theoretical and methodological foundations of organizing marketing activities in the conditions of digital transformation, high competition and socio-economic instability are analyzed. The essence of marketing as a comprehensive system for managing the market activities of the enterprise is revealed, its key functions, principles and tools are characterized. In the process of research, a general economic characteristic of the enterprise is carried out, the external and internal marketing environment is analyzed using STEP and SWOT analysis, a polygon of competitiveness is constructed and factors influencing the company’s market position are identified. The work proposes two strategic directions for improving marketing activities: development and launch of the “BeerLab” mobile application as a digital communication tool and expansion of the non-alcoholic and functional product segment in accordance with modern consumer trends. An economic justification of both measures was carried out, the cost volumes, annual economic effect and social significance of the initiatives were determined. It was proven that the implementation of digital solutions and an innovative product strategy will help strengthen the company's brand, attract new customers, increase loyalty and ensure sustainable development of the enterprise in the face of market changes.

Keywords: marketing, marketing activities, brand, digital communication, economic effect, social effect, competitiveness.