

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра маркетингу

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 6.030507 Маркетинг
за освітньою програмою Маркетинг

на тему: «Удосконалення маркетингової діяльності «Yves Rocher»»

Виконавець:
студентка ФМЕ

Чорна Ангеліна Сергіївна

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., викл.

Зінковська Дар'я Володимирівна

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми На сьогоднішній день на світовому ринку існує дуже велика та жорстка конкуренція, у зв'язку з цим компанії мають якимось виділитись серед своїх конкурентів, щоб отримати прибуток. Важливу роль в цьому грає саме маркетингова діяльність.

Мета дослідження - це вивчення теоретичного значення маркетингу в діяльності компанії.

Завдання дослідження:

- описати теоретичні основи маркетингової діяльності, а саме суть та цілі маркетингової діяльності;
- дослідити ринок косметичної продукції України;
- проаналізувати маркетингову діяльність компанії «Yves Rocher» ;
- запропонувати шляхи вдосконалення маркетингової діяльності компанії «Yves Rocher»;
- обґрунтувати запропоновані рекомендації за допомогою прогнозу ефективності.

Об'єкт дослідження маркетингова діяльність компанії «Yves Rocher»

Предмет дослідження методи та заходи, що спрямовані на збільшення конкурентоспроможності компанії

Методи дослідження: метод спостереження та порівняння, розрахунково-аналітичний метод, метод моделювання та прогнозування, що дозволило розробити пропозиції щодо удосконалення маркетингової діяльності компанії.

Інформаційна база дослідження: періодичні видання з маркетингу, офіційні статистичні дані, спеціальна фахова література, наукові інформаційні видання, а також статті економічних журналів та Інтернет – ресурсів.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (найменувань) та -х додатків. Загальний обсяг роботи становить 101 сторінок. Основний зміст викладено на 89 сторінках. Робота містить 25 таблиць, 30 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні аспекти маркетингової діяльності»* розглянуто сутність та цілі маркетингової діяльності підприємства, організація та планування маркетингової діяльності на підприємстві, особливості ринку косметики та його аналіз.

У другому розділі *«Аналіз маркетингової політики підприємства «Yves Rocher»»* проаналізовано діяльність підприємства на ринку косметики України,

проаналізовано маркетингове середовище та маркетингова діяльність підприємства.

У третьому розділі *«Рекомендації щодо удосконалення маркетингової діяльності «Yves Rocher»* запропоновано удосконалення комунікативної політики, заходи щодо підвищення рівня кваліфікації співробітників, удосконалення збутової політики шляхом відкриття нового магазину.

(продовження додатка Н)

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Компанія «Yves Rocher» є одним з відоміших виробників рослинної косметики та має близько ста магазинів по Україні.
2. Аналізуючи основні показники, визначили, що діяльність компанії досить стабільна та має стабільний приріст в обсягах продажів.
3. Аналізуючи рентабельність за останні 5 років було виявлено, що вона збільшилася.
4. Також звернули увагу на залежність між витратами на рекламу та обсягами продажів. Чим більше компанія приділяє увагу рекламній діяльності, тим більше обсяг продажів.
5. Порівнявши компанію з конкурентами та побудувавши багатокутник конкурентоспроможності ми побачили, що компанія «Yves Rocher» є лідером по більшості показників.
6. Компанія «Yves Rocher» для збільшення обсягів продажів може почати застосовувати зовнішню рекламу, підвищити кваліфікацію співробітників шляхом проведення тренінгів та відкрити новий магазин в місті Одеса.