

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

Кафедра менеджменту

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

“ _____ ” _____ 2020 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 Менеджмент**

за темою:

**«Управління зовнішніми комунікаціями торгового
підприємства»**

Виконавець

студентка факультету економіки і
управління підприємництвом

Гулько Валерія Вячеславівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

К.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Балабаш О. С.

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНІМИ КОМУНІКАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВА.....	5
1.1. Теоретичні основи організації комунікаційних процесів в організації.....	5
1.2. Класифікація маркетингових комунікацій.....	11
1.3. Оцінювання ефективності маркетингових комунікацій.....	15
РОЗДІЛ II. УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНІМИ КОМУНІКАЦІЯМИ ТОВ "ТЕМА МОДА ЮКРЕЙН".....	21
2.1. Загальна характеристика та аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ "ТЕМА МОДА ЮКРЕЙН".....	21
2.2 Аналіз ділового середовища та комунікативної ефективності ТОВ "ТЕМА МОДА ЮКРЕЙН".....	27
2.3 Удосконалення управління зовнішніми комунікаціями ТОВ "ТЕМА МОДА ЮКРЕЙН".....	50
ВИСНОВОК.....	58
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	60

ВСТУП

Пандемія COVID-19, що торкнулася України на початку 2020 року суттєво ускладнить ведення бізнесу більшості галузей виробництва та послуг. Провідні міжнародні організації лише розпочинають перегляд своїх прогнозів, як пандемія вплине на світову економіку.

Для України це має величезне значення - і тому, що українська економіка досить відкрита, і тому, що ЄС, який став новим центром епідемії, є нашим ключовим торговельним партнером. Цю економічну кризу часто порівнюють зі світовою фінансовою кризою 2008 року.

Особливо відчутні негативні наслідки кризи для торгових підприємств, що представлені в великих торгових мережах міст по всій території України. З іншого боку, період кризи може стати поштовхом для розвитку інших напрямів ведення бізнесу. Особливої актуальності в таких умовах для сфери ритейлу одягу набирає розвиток торгівлі через Інтернет. Тому управління комунікаціями саме через Інтернет мережу має за мету не тільки принести економічні вигоди, а й забезпечити виживання та розвиток даного виду бізнесу у надзвичайно складних умовах кризи, що склалася на сьогодні.

Мета і завдання дослідження. Метою даної роботи є дослідження теоретичних основ управління комунікаціями підприємства та розробка заходів з удосконалення зовнішніх комунікацій ТОВ "ТЕМА МОДА ЮКРЕЙН" з урахуванням особливостей функціонування підприємств сфери торгівлі.

Для досягнення поставленої мети встановлено наступні **завдання**:

- розкрити роль комунікацій в управлінні підприємством;
- дослідити методи оцінювання ефективності системи зовнішніх комунікацій підприємства;
- визначити особливості планування комплексу зовнішніх комунікацій торгового підприємства;
- надати загальну характеристику та провести аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ "ТЕМА МОДА ЮКРЕЙН";

- провести аналіз комунікативної ефективності інтернет-магазину ТОВ "ТЕМА МОДА ЮКРЕЙН";
- обґрунтувати заходи з удосконалення управління зовнішніми комунікаціями ТОВ "ТЕМА МОДА ЮКРЕЙН" з урахуванням особливостей функціонування торгового підприємства.

Предмет та об'єкт дослідження. Предметом дослідження виступає процес управління комунікаціями підприємства. В якості об'єкта дослідження виступає ТОВ "ТЕМА МОДА ЮКРЕЙН".

Методи дослідження. Для досягнення поставленої в роботі мети були використані загальнонаукові та спеціальні методи: фінансового аналізу (для оцінки фінансового стану підприємства), статистичного аналізу, аналіз п'яти сил Портера (для дослідження тенденції розвитку галузі), методи економічного аналізу (для дослідження ефективності реалізації запропонованих заходів).

Практичне значення роботи полягає в можливості використання розроблених рекомендацій для підвищення ефективності комунікативних заходів через мережу Інтернет.

Інформаційну базу дослідження склали звітність ТОВ "ТЕМА МОДА ЮКРЕЙН", законодавчі і нормативні акти України. Під час написання кваліфікаційної роботи використовувалися монографії, навчальні посібники, матеріали конференцій, звіти міжнародних організацій, статті у наукових періодичних виданнях, дані мережі Інтернет.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (58 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 67 сторінок. Робота містить 7 таблиць, 23 рисунк.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі: надано загальну характеристику та проведено аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ "ТЕМА МОДА ЮКРЕЙН". Встановлено, що компанія здійснює роздрібну та оптову торгівлю одягу, взуття та аксесуарі під брендом «LC Waikiki». Торгова мережа компанії складається з 939 магазинів в 45 країнах світу. В магазинах LC Waikiki представлено жіночий, чоловічий та дитячий одяг та аксесуари. З метою розробки рекомендацій з управління зовнішніми комунікаціями з урахуванням особливостей функціонування підприємств сфери торгівлі, проаналізовано структуру виручки магазинів LC Waikiki та структуру асортименту магазинів мережі.

З метою дослідження тенденції розвитку галузі проведено аналіз п'яти сил за М. Портером. Встановлено, що компанії на ринку необхідно зосередитись на збільшенні продажів онлайн, закритті дрібних магазинів і розширенні продажів через великі окремі торгові точки, збереженні та пошуку нових способів диференціації бренду LC Waikiki від конкурентів, утриманні цін на поточному рівні переважно для нижньої межі середньоценового сегменту споживачів.

Проаналізувавши комунікативну ефективність web-системи ТОВ "ТЕМА МОДА ЮКРЕЙН", та зокрема інтернет магазину компанії встановлено, що попри значний ріст числа відвідувачів, краще значення таких показників як глибина перегляду сторінок, коефіцієнт відмов порівняно з сайтами конкурентів у галузі. Необхідно відмітити, що значною проблемою для ефективності функціонування сайту є низька реплізація потенціалу альтернативних джерел трафіку, таких як пошукові системи, що є приводом для розробки відповідних заходів з метою інтенсифікації роботи інтернет магазину та збільшення кількості продажів.

З метою удосконалення управління зовнішніми комунікаціями ТОВ "ТЕМА МОДА ЮКРЕЙН" обґрунтовано доцільність проведення рекламної

кампанії в Інтернет. Розроблено медіа-план розміщення реклами для інтернет-магазину «LC Waikiki».

Проведено економічне обґрунтування доцільності розроблених заходів. Встановлено, що витрати на заходи з управління комунікаціями ТОВ "ТЕМА МОДА ЮКРЕЙН" складуть 155 389,86 грн. на місяць. Розроблені заходи мають забезпечити 2 200 000 переглядів та 104 400 додаткових кліків на сторінки сайту інтернет-магазину. Також, за прогнозами, розроблені заходи мають забезпечити 18281 додаткових замовлень. На основі розрахунку ROI що становить 110 %, можемо зробити висновок, про те, що запропоновані заходи є економічно обґрунтовані та ефективними.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. – 496 с.
2. Андрушків Б. М., Мельник Л. М., Погайдак О. Б. Інноваційні засоби формування концепції оцінювання сталого розвитку у системі: підприємство - галузь - регіон - держава (євроінтеграційні аспекти). Український журнал прикладної економіки. 2016. Том 1. № 2. С. 6-17.
3. Балабаш О. С. Індикатори моніторингу операційної стійкості підприємства / О. С. Балабаш, І. О. Кузнецова // Економіка: реалії часу. – 2014. - №2(12). – С. 83-88.
4. Балабаш О. С. Обґрунтування потенціалу фінансової стійкості підприємства як економічної категорії / О. С. Балабаш, В. В. Коваль // Науковий вісник. – 2010. – № 17 (118). – С. 14-21.
5. Балабаш О. С. Здібність організації як економічна категорія / О. С. Балабаш, І. О. Кузнецова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2012. – № 11 (182). – Ч. 1. – С. 278-281.
6. Балабаш О. Формалізація процедури оцінювання фінансової стійкості, як стадії процесу стратегічного управління підприємством / Балабаш О., Кузнецова І. //Науковий вісник ОНЕУ. – Одеса, 2017. - № 5 (247) – С.85- 95
7. Безчасний О. У. Концепція формування системи управління комунікаціями в умовах розвитку промислових підприємств [Електронний ресурс] / О. У. Безчасний // Економіка і управління. - 2019. - № 2. - С. 73-82. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econupr_2019_2_12
8. Бурлаков О. С. Методичні основи оцінки ефективності впровадження та використання інформаційно-комунікаційних технологій в управлінні підприємствами [Електронний ресурс] / О. С. Бурлаков, І. М. Мушеник // Інноваційна економіка. - 2017. - № 5-6. - С. 212-217. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2017_5-6_34

9. Гудзь О. Є. Інноваційні моделі управління підприємств на основі інформаційно-комунікаційних технологій [Електронний ресурс] / О. Є. Гудзь // Економіка. Менеджмент. Бізнес. - 2018. - № 1. - С. 4-11. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/esmebi_2018_1_3

10. Карпенко Ю. В. Формування системи планових показників діяльності підприємства на засадах процесно-орієнтованого підходу / Ю. В. Карпенко // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільнодорожнього університету. – 2016. - 1(12). – С. 88-95.

11. Карпенко Ю. В. Формування системи планових показників діяльності підприємства на засадах процесно-орієнтованого підходу / Ю. В. Карпенко // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільнодорожнього університету. – 2016. - 1(12). – С. 88-95.

12. Карпенко Ю.В. Бюджетування як сучасна технологія планування / Ю.В. Карпенко // Науковий вісник Одеського державного економічного університету. – 2007. - №4 (41). – С. 112-119.

13. Карпенко Ю. В. Методичні підходи до розробки операційної стратегії підприємства сфери послуг. / Ю. В. Карпенко // Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Економіка. – 2017. – Вип. 14. – С. 29-37

14. Гуштан Т. В. Роль інформаційних ресурсів і комунікацій в управлінні товарним асортиментом [Електронний ресурс] / Т. В. Гуштан // Формування ринкових відносин в Україні. - 2017. - № 7-8. - С. 50-54. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2017_7-8_9

15. Балабаш О. Управління конкурентоспроможністю підприємства готельного бізнесу на засадах процесного підходу / Балабаш О. // Науковий вісник Одеського національного економічного університету.– Одеса, 2019. - № 5 (268) – С. 31 - 43

16. Кузнецова І. О. Розвиток процесного підходу у концепції загального менеджменту якості / І. О. Кузнецова, Ю. В. Карпенко // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2012. - Вип. 2. - С. 121-125

17. Кузнецова І.О. Стратегічний аналіз галузі як інструмент визначення загроз економічній безпеці підприємств хлібопродуктів / І.О. Кузнецова, О.О. Кюне / Економічний аналіз – Тернопіль: ТНЕУ. – 2016. – Том 23 № 2. – С. 73-78

18. Кузнецова І.О. Організаційно-економічні передумови модернізації підприємств хлібопродуктів / І.О. Кузнецова/ Науковий вісник ОНЕУ. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2015. - № 6 (226). – С.132-145

24. Кузнецова І. О. Ринок зерна України: тенденції та стратегічний вектор розвитку. – Економіст.– 2010. – № 10. – С. 10–12.

19. Кузьмін О.Є. Управління витратами на підприємствах : навч. посібник / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник, У. І. Когут. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 244 с.

20. Кузнецова І.О. Діагностика в процесі стратегічного управління підприємством: місце та структура // Вісник соціально-економічних досліджень.,Одеса: ОНЕУ. – 2016. – Вип. 1(60). – С. 142-149

21. Кузнецова І.О. Інжинірингова парадигма як методологічне підґрунтя побудови процесу управління/ І.О. Кузнецова // Економіка: реалії часу, 2014, №2(12) - С. 52-57

22. Колесніков В. П. Комунікаційна політика як ефективний інструмент управління підприємством [Електронний ресурс] / В. П. Колесніков, Я. І. Півень // Вопросы химии и химической технологии. - 2013. - № 6. - С. 132-135. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchem_2013_6_33

23. Кузнецова І.О. Науково-методичні аспекти процесу управління стратегічними ризиками: (Монографія) / І.О. Кузнецова, В.О. Кравченко, О.Ю. Малютенко. Одеса: Атлант, 2015. – 188 с.

24. Кузнецова І.О. Парадигми процесного підходу в євроменеджменті //Концепція євроменеджменту як складова міжнародної інтеграції України: (Монографія) / За ред. док. екон. наук, професора І.О. Кузнецової // Одеса: ОНЕУ, 2016. – С. 5-15

25. Кузнецова І. О. Планування діяльності підприємств: структурний аспект: монографія / І. О. Кузнецова, Ю. В. Карпенко. – Одеса: Атлант, 2012.

26. Кузнецова І.О. Технологія діагностування управлінських консалтингових проектів // Науковий вісник ОНЕУ. – Одеса, 2018. – № 1 (253)87 – С.97-108

27. Кузнецова І.О. Технологія стратегічної діагностики ризику невиконання цілей організації / Кузнецова І.О., Малютенко О.Ю. //Науковий вісник ОНЕУ. – Одеса, 2017. - № 5 (247) – С.116-127

28. Кузнецова И.А., Карпенко Ю.В. Практические аспекты бюджетирования деятельности интегрированных зерновых компаний // Бизнес Информ. – 2007. – Т.2, №5. – С. 35-37.

29. Кюне О. О. Методичні підходи до формування складу стратегічних загроз економічній безпеці підприємств хлібопродуктів/ І. О. Кузнецова, О. О. Кюне // Вісник соціально-економічних досліджень, Одеса: ОНЕУ. – 2016. – Вип. 1 (60). – С. 150-159.

30. Колп В. В. Управління маркетинговою комунікаційною політикою на підприємстві [Електронний ресурс] / В. В. Колп // Управління розвитком. - 2014. - № 1. - С. 49-52. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2014_1_23

31. Кузнецова І.О. Планування діяльності підприємств: структурний аспект (Монографія) / І.О. Кузнецова, Ю.В. Карпенко // Одеса: Атлант, 2012. – 209 с.

32. Кузнецова І. О. Формування стійких конкурентних переваг: концептуальна модель / І. О. Кузнецова // Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. пр. / голов. ред. М. І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. – Одеса, 2010. – Вип. 40. - С. 68-71.

33. Кузик О. В. Управління маркетинговими комунікаціями підприємствами агропромислового комплексу в Україні [Електронний ресурс] / О. В. Кузик // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2016. - № 1. - С. 203-206. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2016_1_37

34. Кузнецова І. О. Процес стратегічного управління в циклічній моделі підприємства / Методологія та практика стратегічного управління розвитком сучасних організацій: Монографія / за заг. ред. І.О. Кузнецової. – Одеса: ОНЕУ, 2016 – С.5-14

35. Кузнецова І.О., Кравченко В.О., Малютенко О.Ю. Науково-методичні аспекти процесу управління стратегічними ризиками: монографія / І.О. Кузнецова, В.О. Кравченко, О.Ю. Малютенко // Одеса: Атлант, 2015. – 188 с.

36. Кузнецова І. О. Основні вимоги до показників бюджетів підрозділів підприємства / І. О. Кузнецова, Ю. В. Карпенко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2006. – Т. 1, № 4. – С. 35–38.

37. Кузнецова І. О. Розвиток процесного підходу у концепції загального менеджменту якості / І. О. Кузнецова, Ю. В. Карпенко // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2012. - Вип. 2. - С. 121-125. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2012_2_21

38. Копитова І. В. Комунікації як основа механізму управління [Електронний ресурс] / І. В. Копитова // Інноваційна економіка. - 2016. - № 5-6. - С. 146-151. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2016_5-6_27

39. Балабаш О.С. Фінансова стійкість підприємства: її сутність та фактори / О.С. Балабаш, М.О. Ніколаєнко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://archive.nbuv.gov.ua>.

40. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Пер. с англ. 5-е изд. М.: Альпина Паблицер, 2015. 453 с.

41. Рынок интернет-торговли в Украине. URL: <https://zet.in.ua/statistika-2/rynok-it/rynok-internet-torgovli-v-ukraine/> (дата звернення 05. 04. 2020)
42. Статистичний щорічник України за 2017 рік / Державна служба статистики України. Київ: Державна служба статистики України, 2017. 575 с.
43. Статистичний щорічник України за 2018 рік / Державна служба статистики України. Київ: Державна служба статистики України, 2018. 611 с.
44. Стригуль Л. С. Теоретико-методичне забезпечення визначення фінансової стійкості підприємств різних організаційно-правових форм в умовах мінливого середовища / Л. С. Стригуль // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2019. -№ 6. - С. 64-67
45. Аналитическое исследование рынка дизайнерской одежды Украины: растут спрос и предложение. URL: <https://pro-consulting.ua/pressroom/analiticheskoe-issledovanie-rynka-dizaynerskoj-odezhdy-ukrainy-rastut-spros-i-predlozhenie> (дата звернення 05. 04. 2020)
46. Цікаві факти про інтернет-торгівлю в світі в 2020 році. URL: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/interesnye-fakty-ob-internet-torgovle/> (дата звернення 05. 04. 2020)
47. Черкашина М. В. Методика забезпечення ефективності комунікацій для стратегічного управління підприємством [Електронний ресурс] / М. В. Черкашина, С. О. Колмаков // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2019. - № 67. - С. 87-94. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2019_67_13
48. Янковой А. Г. Основы эконометрического моделирования /А.Г. Янковой. – Одеса: Астропринт. – 2003. – 134с.
49. Балабаш Ольга, Ву Хань Хуен. Аналіз експортного потенціалу (на прикладі аграрних підприємств України). Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. 2019. Випуск 3-4. С. 46-53. DOI: <https://doi.org/10.35774/ibo2019.03.046>

50. Axelrod, R. The Structure of Decision: Cognitive Maps of Political Elites / R. Axelrod. – Princeton, NJ: Princeton University Press, 1976. -404 p.
51. Hammer M., Champy J. Reengineering the corporation: a manifest of business revolution. – New York, NY: Harper Business, 1993. – 223.
52. Hamel G. and Prahalad C.K. Competing for the Future, Boston, MA: Harvard Business School Press, 1994. -216.
53. Kuznetsova I. Sustainable enterprise development: essence and components [Електронний ресурс] / Inna Kuznetsova, Olga Balabash // Соціально-економічні проблеми і держава. — 2015. — Вип. 1 (12). — С. 48-57. — Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2015/15kiosts.pdf>.
54. Semenysheva N.; Khorunzhak N., Adamyk O., Sadovska I., Nahirska K., Zhuk V. (2019) The methodology for calculating baseline indicators for budgeting expenditures of budgetary institutions: the case of Ukraine. INTELLECTUAL ECONOMICS. Vol. 13(2).
55. Nuzhna O., Tluchkevych N., Semenysheva, N., Nahirska, K., Sadovska, I. (2019). Making managerial decisions in the agrarian management through the use of ABC-Analysis tool. Independent Journal of Management & Production, Vol 10, No 7, 798-816. DOI: <http://dx.doi.org/10.14807/ijmp.v10i7.901>.
56. Semenysheva, N.V. (2013). Bukhholderskyi oblik i finansova zvitnist : problemy harmonizatsii z MSFZ [Accounting and financial reporting: problems of harmonization with IFRS]. Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. Seriya: Finansy i kredyt, 2, 138–144.
57. The role of entrepreneurship in strategic management of the tourism industry / Balabash O. and other. Journal of Entrepreneurship Education, Volume 22, Issue 2, 2019. — Режим доступу до журн.: <https://www.abacademies.org/articles/The-role-of-entrepreneurship-in-strategic-management-1528-2651-22-2-320.pdf>
58. Theoretical Bases of Monitoring in the Process of Management of Sustainable Development of the Enterprise / Balabash O. and other. Education

Excellence and Innovation Management through Vision 2020: Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference, 10-11 April 2019. Granada, Spain: IBIMA, 2019. P. 7674-7685