

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

Кафедра маркетингу

**РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 075 маркетинг
за освітньою програмою маркетинг**

на тему: «Шляхи підвищення ефективності рекламної діяльності підприємства
ТОВ "Штампмастер" в сучасних умовах»

Виконавець:

студентка факультету міжнародної економіки
Норенко Маргарита Валеріївна _____

Науковий керівник:

к.е.н. доцент
Сотніков Юрій Миколайович _____

ОДЕСА – 2020
ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Сучасну рекламу слід розглядати як складне соціальне явище, що виходить за рамки трудової діяльності людей. У зв'язку з переходом суспільства з технологічної стадії розвитку в інформаційний простір змінилися фактори, що впливають на сучасну рекламу. Багато країн вже живуть в нову епоху – епоху глобальних інформаційних процесів. Відповідно і реклама, що є її відбитком, з кожним днем набуває все нових, специфічних рис.

Актуальність досліджуваної теми обумовлена тим, що у наш час для створення успішного бізнесу важливу роль грають не тільки обсяги вкладених капіталів, а й розвинені ділові комунікації. Існує безліч різновидів і варіантів ділових комунікацій: презентація, семінар, конференція, переговори тощо. Але вагоме місце без сумніву відводиться рекламній діяльності. Саме тому реклама є однією з найважливіших складових конкурентоспроможності компаній.

Теоретичні і практичні аспекти управління рекламною діяльністю підприємств знайшли своє відображення в численних працях закордонних та вітчизняних вчених: Г. Асселя, Г. Азоєва, І. Ансоффа, М. Бобильова, М. Горбунова, А. Карпенка, Ф. Котлера, Г. Минцберга, М. Портера, А. Попова, Ф. Тейлора, Е. Уткіна, Є. Ромата, А. Старостіна, А. Файоля, Р. Фатхутдинова, Ф. Шаркова, А. Юданова та інших.

У той же час аналіз практики господарювання свідчить, що деякі важливі аспекти рекламної діяльності підприємств досі не знайшли належного відображення у наукових дослідженнях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених.

Метою написання роботи є розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності рекламної діяльності підприємства на прикладі ТОВ «Штампмастер» в сучасних умовах.

У зв'язку з поставленою метою основні завдання дослідження:

- дослідити сутність, функції та завдання рекламної діяльності підприємства;
- проаналізувати вплив реклами на конкурентоспроможність підприємства;
- розглянути методiku визначення ефективності рекламної діяльності на підприємстві;
- надати організаційно-економічну характеристику діяльності підприємства ТОВ «Штампмастер»;
- проаналізувати сучасний стан комплексу маркетингу та конкурентного середовища на підприємстві ТОВ «Штампмастер»;
- оцінити рекламну діяльність на підприємстві ТОВ «Штампмастер»;
- надати рекомендації стосовно підвищення ефективності рекламної діяльності на підприємстві ТОВ «Штампмастер».

Об'єктом дослідження є рекламна діяльність на підприємстві ТОВ «Штампмастер».

Предметом дослідження виступають методи та шляхи підвищення ефективності рекламної діяльності підприємства в сучасних умовах.

Методами дослідження є комплекс загальних та специфічних методів та інструментів. У кваліфікаційній роботі використовуються наступні методи: вивчення монографічних публікацій і наукових статей; вивчення нормативно-правової бази; економічного аналізу; метод експертних оцінок; SWOT-аналіз;

STEP-аналіз; розрахунково-аналітичний і структурно-динамічний методи; метод порівняння для дослідження підприємства ТОВ «Штампмастер».

Інформаційною базою дослідження є статистичні дані Державного комітету статистики України і його органів, законодавство України, внутрішня документація підприємства ТОВ «Штампмастер», експертні оцінки співробітників підприємства та результати самостійно проведених досліджень підприємства. Апробація результатів дослідження знайшли своє відображення в друкованих роботах: Норенко М. В., Орлик О. В. Маркетингові інтернет-комунікації та їх застосування для просування бренду // Інформаційні технології в економіці і управлінні : зб. наук. студ. праць. Одеса: ОНЕУ, 2019. Вип. 1. С. 65–70., Норенко М. В., Вплив реклами на конкурентоспроможність підприємства // Минуле, Сучасне, Майбутнє : зб. наук. роб. за підсум. наук.-практ. конф. Одеса: ОНЕУ, 2020. Вип. 10. С. 253-258.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (39 найменувань) та одного додатку. Загальний обсяг роботи становить 86 сторінок. Основний зміст викладено на 77 сторінках. Робота містить 25 таблиць, 11 рисунків та 9 формул.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»** розглядаються сутність, функції та завдання рекламної діяльності, вплив реклами на конкурентоспроможність підприємства та методика визначення ефективності рекламної діяльності на підприємстві.

У другому розділі **«АНАЛІЗ КОМПЛЕКСУ МАКЕТИНГУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ»** проаналізовано організаційно-економічну характеристика діяльності підприємства ТОВ «Штампмастер», проведено і здійснено аналіз сучасного стану комплексу маркетингу та конкурентного середовища на підприємстві ТОВ «Штампмастер», надано оцінку рекламної діяльності на підприємстві.

У третьому розділі **«РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ШТАМПМАСТЕР»** запропоновано заходи щодо удосконалення рекламної діяльності на підприємстві: створення відділу маркетингу; просування в соціальних мережах продукції та підприємства ТОВ «Штампмастер» в цілому; розміщення банерної реклами в мережі Інтернет; співпраця з інтернет-магазином «Rozetka» та продаж продукції підприємства на даному майданчику. Представлена прогнозна оцінка ефективності напрямів удосконалення маркетингових комунікацій.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Можна стверджувати, що роль сучасної реклами, слід розглядати як складне соціальне явище, що виходить за рамки трудової діяльності людей. В умовах сучасного українського ринку реклама одночасно виступає ринковим інструментом,

що забезпечує просування товарів, і частиною ринкової інфраструктури як об'єктивного породження економічних відносин між суб'єктами товарного ринку.

2. Рекламу з одного боку націлена на доведення до покупців різних відомостей, які необхідні в процесі придбання та експлуатації продукту. Водночас, поєднання інформативності, переконливості і навіюваності, робить рекламу потужним засобом емоційно-психологічного впливу на людину. Тому реклама в один і той самий час є і бізнесом, і мистецтвом.

3. При оцінці ефективності рекламних кампаній організацій враховується комплекс умов і факторів, що сприяють або перешкоджають досягненню комерційних цілей, і проводиться аналіз всіх показників ефективності реклами. Саме тому обсяги реклами та обсяги прибутку організацій не завжди безпосередньо пов'язані.

4. Було надано організаційно-економічну характеристику діяльності підприємства ТОВ «Штампмастер». ТОВ «Штампмастер» характеризується постійним зростанням обсягів продажів та збільшенням числа клієнтів. За період з 2017 по 2019 рік ТОВ «Штампмастер» має позитивний результат діяльності. В 2018 р. чистий прибуток збільшився на 12,46% в порівнянні з 2017 р., становив 225700 тис. грн. В 2019 р. відбулось збільшення на 13,11%, тобто чистий прибуток склав 255300 тис. грн.

5. Метою діяльності підприємства ТОВ «Штампмастер» є: забезпечення потреб населення у штемпельній продукції, задоволення соціальних і економічних інтересів його власників, здійснення додаткових робіт та послуг на договірних умовах. Підприємство готово запропонувати для своїх клієнтів швидкість і простоту замовлення штампів та печаток, демократичні ціни і якість виготовлення – саме те, що вимагає сьогодні ринок виготовлення штемпельної продукції.

6. Аналіз сучасного стану комплексу маркетингу та конкурентного середовища на підприємстві ТОВ «Штампмастер» дозволяє зробити висновок, що ТОВ «Штампмастер» дуже мало часу займається просуванням своєї продукції та підприємства в цілому, тому що усіма питаннями пов'язаними з маркетингом займається керівник з фінансовим директором. Але при цьому, ТОВ «Штампмастер» займає досить сильні позиції на ринку штемпельної продукції, саме через те, що підприємство пропонує широкий асортимент продукції своїм покупцям за доступними цінами.

7. Оцінка рекламну діяльності на підприємстві ТОВ «Штампмастер» дозволила зробити висновок, що при збільшенні витрат на рекламу продукції практично не відбувається ніяких змін, що свідчить про неефективне використання реклами підприємством. Це пов'язане з фактом непрофесіоналізму співробітників, які займаються впровадженням маркетингових заходів, оскільки вони не є спеціалістами. Підприємству ТОВ «Штампмастер» було запропоновано переглянути особливості та функції офіційного сайту, та зробити можливість замовлення онлайн більш зручнішим для клієнта, для того щоб підвищити конверсію.

8. Для організації ефективної рекламної діяльності ТОВ «Штампмастер» було надано наступні рекомендації:

- організація відділу маркетингу;

- просування продукції та підприємства ТОВ «Штампмастер» в цілому в соціальних мережах;
- розміщення банерної реклами в мережі Інтернет;
- співпраця з інтернет-магазином «Rozetka» та продаж продукції підприємства на даному майданчику.

9. Рекомендації стосовно вдосконалення рекламної діяльності підприємства ТОВ «Штампмастер» мають економічне обґрунтування та їх доцільно впроваджувати на підприємстві, але все-таки краще брати до уваги оптимальний прогноз, адже він є більш реальним, який вказує, що ефект від впровадження рекомендацій буде складати 104673 грн.

10. Керівництву підприємства, слід пам'ятати, що для отримання заданого прибутку необхідно ретельно працювати, створити новий відділ, у якому будуть всі необхідні умови для успішного функціонування, знайти досвідчених спеціалістів на посаду менеджера з маркетингу та менеджера з реклами, які будуть ретельно ставитися до поставлених завдань, та для виконання всіх інших описаних заходів попередньо проведуть аналіз аудиторії, де компанія планує просуватися, вичленять із загального складу цільових користувачів і звернуться саме до них.

Анотація

Норенко М.В. Шляхи підвищення ефективності рекламної діяльності підприємства ТОВ «Штампмастер» в сучасних умовах

*кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності
«075 Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг»,
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2020 рік*

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження є рекламна діяльність на підприємстві ТОВ «Штампмастер».

В роботі розглядаються сутність, функції та завдання рекламної діяльності підприємства, вплив реклами на конкурентоспроможність підприємства, методика визначення ефективності рекламної діяльності на підприємстві.

Надано організаційно-економічну характеристику діяльності підприємства ТОВ «Штампмастер». Проаналізовано сучасний стан комплексу маркетингу та конкурентного середовища на підприємстві ТОВ «Штампмастер» та оцінено рекламну діяльність на даному підприємстві.

Запропоновано заходи стосовно підвищення ефективності рекламної діяльності на підприємстві ТОВ «Штампмастер»: організація відділу маркетингу; просування продукції та підприємства ТОВ «Штампмастер» в цілому в соціальних мережах; розміщення банерної реклами в мережі Інтернет; співпраця з інтернет-магазином «Rozetka» та продаж продукції підприємства на даному майданчику.

Ключові слова: реклама, рекламна діяльність, маркетингова діяльність, конкурентоспроможність, SWOT-аналіз, STEP-аналіз, ефективність рекламної діяльності, просування.

ANNOTATION

Norenko M.V. Ways to increase the effectiveness of advertising activities of the company «Stampmaster» in modern conditions

qualification work for the educational degree of a bachelor in the specialty "075 Marketing" in the educational program "Marketing",
Odessa National University of Economics
Odessa, 2020

The bachelor's qualification work consists of three sections. The object of the study is advertising at the company «Stampmaster».

The essence, functions and tasks of advertising activity of the enterprise, influence of advertising on competitiveness of the enterprise, a technique of definition of efficiency of advertising activity at the enterprise are considered in work.

The organizational and economic characteristic of activity of the enterprise of LLC «Stampmaster» is given. The current state of the marketing and competitive environment at the company LLC «Stampmaster» is analyzed and the advertising activity at this company is evaluated.

Measures to increase the efficiency of advertising activities at the company LLC «Stampmaster» are proposed: organization of the marketing department; promotion of products and enterprises of LLC «Stampmaster» in general in social networks; placement of banner advertising on the Internet; cooperation with the online store «Rozetka» and the sale of the company's products on this site.

Keywords: advertising, advertising activity, marketing activity, competitiveness, SWOT-analysis, STEP-analysis, efficiency of advertising activity, promotion.