

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: Аналіз та удосконалення ефективності рекламної діяльності підприємства

ТОВ «АВЕКС Груп»

Виконавець

студент 4 курсу 3 групи
Факультету міжнародної економіки
Турбала Діана Ігорівна

/підпис/

Науковий керівник

Кандидат економічних наук, доцент
Сотніков Юрій Миколайович

/підпис/

Одеса 2020

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність роботи. Важливим аспектом діяльності будь-якої компанії є реклама. Дуже важливо розглядати рекламу як наукову галузь, що розвивається за певними законами і має свої правила. Творчий аспект реклами також повинен бути точно прорахованим, науково обґрунтованим і спиратися на систему стратегічних рішень. Незнання основ призводить до створення непрофесійної та неякісної реклами.

Реклама не може бути ефективною, якщо не проведено аналіз ринку (економічна обстановка, конкуренти та ін.), специфіки рекламованого продукту і споживчої аудиторії. Без чіткого планування рекламна кампанія не зможе сегментувати споживчу аудиторію і не досягне потрібного результату. Рекламна кампанія повинна бути ретельно спланованою, скоординованою і проводитися протягом певного часу як серія рекламних і стимулюючих збут дій.

Правильно розроблена рекламна кампанія допомагає з реалізацією послуг, які надаються підприємством. Основною метою цих підприємств, є залучення нових клієнтів, встановлення нових, більш вигідних ділових контактів, внаслідок чого зростає потреба в данному товарі, зростає попит, збільшується пропозиція.

Мета дослідження. Мета даної роботи полягає в теоретичному обґрунтуванні, а також в проведенні рекламного аналізу підприємства з метою виявлення привабливих можливостей, виявлення труднощів і слабких місць в роботі підприємства.

Завдання дослідження. Поставлена мета визначає головні задачі, що підлягають вирішенню в даній роботі:

- описати сутність і основні елементи рекламної діяльності;
- описати методи аналізу рекламної діяльності підприємства;
- проаналізувати економічну діяльність ТОВ «АВЕКС Груп»;
- дослідити комплекс маркетингу ТОВ «АВЕКС Груп»;
- дослідити сучасної рекламної діяльності ТОВ «АВЕКС Груп»;
- обґрунтувати рекомендації щодо удосконалення рекламної діяльності ТОВ «АВЕКС Груп».

Об'єктом дослідження в даній роботі є процес формування рекламної діяльності підприємстві ТОВ «АВЕКС Груп».

Предметом дослідження є теоретичні і практичні основи формування рекламної діяльності та її вплив на діяльність ТОВ «АВЕКС Груп».

Методи дослідження. В роботі використані аналітичні, графічні, розрахункові методи дослідження, методи логічного узагальнення матеріалу, методи порівняння і прогнозування.

Теоретичною та інформаційною базою дослідження дипломної роботи є праці вітчизняних та зарубіжних вчених та спеціалістів з маркетингової рекламної діяльності, методичні розробки в області маркетингу, звітність досліджуваного підприємства, Інтернет – сайт підприємства.

Структура роботи. Дипломна робота складається з вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел та додатків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні основи рекламної діяльності на підприємстві» розглядаються: сутність маркетингової діяльності, планування рекламної кампанії, способи оцінки ефективності рекламної діяльності.

У другому розділі «Аналіз маркетингової та рекламної діяльності ТОВ «АВЕКС Груп»» автором проаналізована економічна діяльність ТОВ «АВЕКС Груп», комплекс маркетингу та рекламної діяльності ТОВ «АВЕКС Груп», сучасний стан асортименту товарів ТОВ «АВЕКС Груп». У третьому розділі «Рекомендації щодо вдосконалення організації рекламної діяльності ТОВ «АВЕКС Груп»» запропоновано напрямки удосконалення рекламної діяльності на підприємстві. Представлена прогнозна оцінка ефективності напрямів удосконалення маркетингової діяльності підприємства.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1) Реклама – це форма неособистого представлення і просування ідей, товарів, послуг від імені будь-якої компанії. Реклама являє собою форми комунікації, здійснювані за допомогою платних засобів поширення інформації з чітко вказаним джерелом фінансування.

2) Результативність реклами, її ефективність і високий коефіцієнт конверсії залежить не тільки і не стільки від вкладених коштів, скільки від ретельно продуманої і спланованої стратегії рекламної кампанії.

3) ТОВ «АВЕКС Груп» більш відома у споживачів під своєю торговою маркою, як магазин для новонароджених «Ползунок», який був заснований в 2018 році і за ці роки був надійним постачальником товарів для малюків у Росії. Розібрали що дане підприємство займається продажем товарів для новонароджених в роздріб. Підприємство створила свій офлайн магазин в ТЦ, інтернет-магазин(сайт) і сторінку в Інстаграм для залучення продажів.

4) Виручка від реалізації товарів, продукції, робіт, послуг - зріс на 915,08 тис. грн. за два аналізовані роки, або 129,27% в процентному вираженні від показника в 2018 р. Тобто в 2019 р. виручка від реалізації товарів склала 1622,21 млн. грн. Зростання даного показника пов'язане з розширенням асортименту і поліпшенням якості послуг з обслуговування потенційних покупців і відповідно, зростанням професіоналізму продавців. Спостерігається в останій рік збільшення вартості оплати роботи співробітників з метою підвищення їх зацікавленості в збільшенні обсягу реалізованої продукції, зростає собівартість реалізованих товарів, продукції, робіт, послуг. Так, у 2019 році собівартість реалізованих товарів склала 892,44 тис. грн., що вище даних 2018 року на 503,27 тис. грн. або 129,3%. У загальному підсумку магазин «Ползунок» за 2018 - 2019 р. отримав чистий прибуток у розмірі 113,06 тис. грн., відповідно в 2018 р - 28,17 тис. грн., в 2019 р - 85,92 тис. грн. Звідси видно, що чистий прибуток мав зріст в 2019 році в порівнянні з 2018 роком на 199%.

4) Проведений АВС аналіз показав цільові групи товарів, які забезпечують 80% прибутку. Даний метод підвищує ефективність функціонування підприємства, проводить аналіз і оптимізацію ресурсів, що в свою чергу відбивається на фінансовій стійкості і рентабельності підприємства.

5) Проаналізувавши засоби реклами, такі як сторінка в соціальній мережі Інстаграм, сайт та друкована реклама (візитки) і аналіз процесу організації рекламної кампанії підприємства дозволяє зробити висновок про те, що цілями рекламної кампанії «Ползунок» є забезпечення стабільності уявлень споживачів про магазин, формування позитивного іміджу та залучення нових клієнтів. Дослідивши організаційно-економічні параметри діяльності досліджуваного підприємства та ефективність його рекламної діяльності, можна дійти висновків щодо існуючої можливості збільшення попиту від

рекламних вкладень. Найближчим часом діяльність «Ползунок» має бути спрямована на те, щоб охопити якомога більшу кількість споживачів потенційного ринку, та на завоювання популярності серед клієнтів.

6) Було розглянуто різні напрямки розміщення реклами та їх ефективність, а також проведено опитування клієнтів магазину «Ползунок» з метою визначення рекламних вподобань та найбільш популярних рекламо носіїв. Опитування клієнтів показало що найпопулярнішим засом реклами є Інтернет.

7) Для того щоб успішно просувати онлайн-магазинів Інтернеті на початковому етапі необхідна чітка стратегія просування сайту. Просування сайту завжди вимагає уваги до деталей, адже потенційні клієнти сприймають такий ресурс як «обличчя» компанії. Це означає, що позитивне перше враження від відвідування сайту зробить зацікавленого відвідувача більш лояльним до самого бізнесу. Тому я запропонувала наняти спеціалістів для допомоги перетворення сайту, таких як: менеджера з пошукової оптимізації, дизайнера, контент менеджера, фотографа і веб-розробника. Для кожного спеціаліста має бути підготовлене детальне технічне завдання відповідно до тогообсягу робіт, який необхідно виконати з чіткими вимогами дорезультату та іншими критеріями. Удосконалення сайту за допомогою залучення спеціалістів у відповідності з розглянутими рекомендаціями може підвищити ефективність сайту. Таким чином, за результатами проведених розрахунків, загалом знадобиться 105 годин і загальна вартість робочого часу працівників складе 14 621,82 грн.

8) Для розширення обсягу роздрібної торгівлі пропонуємо підприємству створення контекстної рекламної кампанії, який є одним із найновіших методів стимулювання збуту та допомагає збільшити обсяг продажів підприємства.

9) Було детально проаналізовано методи просування через AdWords та Яндекс direct. Аналіз методів показав, що контексна реклама позитивно впливає на продаж товарів магазину «Ползунок», ми бачимо довіру і не погані продажі, але для кращих результатів потрібно виконати всі заходи які я перелічила вище. Кожен шлях був економічно обґрунтований, з використанням показників. В загальному, створення рекламної кампанії по просуванню інтернет-магазину для новонароджених «Ползунок» приніспідприємству приросту 44% прибутку за 4 дні завдяки GoogleAdWords, а Яндекс Директ приніспідприємству приросту 25% за той самий період.

10) В даний час ми вважаємо, що головним напрямком роботи підприємства ТОВ «АВЕКС Груп» має бути стимулювання збуту товарів. Після проведеної контекстної рекламної кампанії в Google Ads ми отримали такі результати, що у даного інтернет - магазину є хороші показники, ми побачили довіру користувачів іінтерес до сайту. Ми навели статистику взаємодій з сайтом і описали, що скільки коштує і скільки заробив на цій рекламі магазин «Ползунок». В даних графікахможнапобачити, що дана реклама повністю виправдана. Я вважаю, що магазин «Ползунок» втрачає велику потенціальну аудиторію і прибуток не використовуючи контексну рекламу у себе на сайті. Далі ми запустили контексну рекламу за допомогою Yandex Direck в пошуковій системі Яндекс. Ми показали графік з даними для сайту polzunok.site котрий взяли в аналітиці Yandex Metrica для оцінки якості реклами. Ми побачили, що у даного інтернет- магазину гарні показники, користувачі проявляли активність на сайті, ми отримали заявки, замовлення і онлайн оплати. Дана рекламна спрацювала успішно, ми розібрали вартість залучених клієнтів і витрати на рекламу і зробили висновок, спираючись на статистику, що дана рекламна кампанія була успішна іінтернет-магазин «Ползунок» втрачає велику кількість клієнтів не використовую пошукову систему Яндекс.

АНОТАЦІЯ

Турбала Д.І. Аналіз та удосконалення ефективності рекламної діяльності підприємства ТОВ «АВЕКС Груп»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «075 Маркетинг»

за освітньою програмою «Маркетинг»

Одеський національний економічний університет - Одеса, 2020

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження - процес формування рекламної кампанії на підприємстві ТОВ «АВЕКС Груп».

В роботі розглядаються сутність рекламної кампанії, методи аналізу рекламної кампанії підприємства, а саме SWOT-аналіз, ABC-аналіз.

Проаналізована економічна діяльність ТОВ «АВЕКС Груп», комплекс маркетингу ТОВ «АВЕКС Груп», сучасний стан рекламної кампанії торгової діяльності ТОВ «АВЕКС Груп».

Запропоновано напрямки удосконалення організації рекламної діяльності торговельно-підприємства. Представлена прогнозна оцінка ефективності напрямів удосконалення рекламної кампанії торгового підприємства.

Ключові слова: маркетинг, рекламна кампанія, реклама, ABC аналіз, SWOT аналіз, Інтернет, сайт, контекстна реклама, економічна ефективність.

ANNOTATION

Turbala D.I.

Analysis and improvement of the effectiveness of advertising activities of the enterprise of AVEKS Group LLC

Qualification work for an educational bachelor's degree in the specialty "075 Marketing"

on the educational program "Marketing"

Odessa National Economic University - Odessa, 2020

Qualification work consists of three sections.

The object of research is the process of formation of the advertising campaign at the enterprise AVEKS Group LLC.

The paper examines the essence of the advertising campaign, methods for analyzing the advertising campaign of the enterprise, namely, SWOT-analysis, PEST-analysis, ABC-analysis,.

Analyzed the economic activities of LLC AVEKS Group, the marketing mix of LLC AVEKS Group, the current state of the advertising campaign of trading activities of LLC AVEKS Group.

The directions of improving the advertising campaign in trade enterprises are proposed. The forecast estimation of efficiency of directions of improvement of advertising campaign of trade enterprise is presented.

Keywords: marketing, advertising campaign, ad, ABC analysis, SWOT analysis, Internet, site, contextual advertising, economic efficiency.