

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

Кафедра маркетингу

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**  
**зі спеціальності 075 Маркетинг**  
**за освітньою програмою Маркетинг**

на тему:  
**«УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА**  
**ПРИКЛАДІ ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР»»**

Виконавець:  
студент ФМЕ  
**Митник Сергій Сергійович**

Науковий керівник:  
к.е.н, доцент  
**Смирнова Наталія Василівна**

Одеса, 2020 рік

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

*Актуальність дослідження.* Національна проблема своєчасного доведення товарів від виробництва до населення, формування попиту на них з урахуванням соціально-демографічних особливостей окремих груп споживачів, виховання раціональних потреб людей вимагають використання реклами. Її роль особливо зростає в умовах ринкової економіки, конкурентного середовища, постійного оновлення асортименту товарів, ускладнення конструкцій багатьох товарів господарського призначення. Своєчасна і вичерпна інформація населення про споживчі властивості і способи використання товарів є найважливішим завданням реклами.

Отже, реклама є основним інструментом, що використовуються у процесі просування товарів на ринок. Крім того, маркетингові комунікації пов'язані з великою кількістю чинників. Як наслідок, великого теоретичного та практичного значення набуває розробка загальних принципів та механізмів формування рекламного менеджменту на підприємствах.

Як і будь-яка великомасштабна сфера діяльності, реклама потребує зваженої організації та стратегічного управління. Але труднощі вирішення зазначених завдань поглиблюються певними обставинами. Справа в тому, що реклама поєднує у собі два типи діяльності: дослідницько-інформаційний та безпосередньо виконавчий. З іншого боку, ні один вид ринкової діяльності не пов'язаний так жорстко як реклама зі специфікою обраного ринку, специфікою товару/послуги та особливостями поведінки споживачів.

Необхідно зазначити, що стан і ступінь розробленості основних проблем управління рекламною діяльністю не відповідають вимогам сучасного рівня розвитку економічної науки. Це обумовлено новизною розглянутого соціально-економічного явища, комплексним характером проблеми. Все це визначає необхідність активізації фундаментальних досліджень та вироблення рекомендацій із проблем управління рекламною діяльністю підприємств.

**Мета дослідження.** Метою роботи є дослідження сутності та особливостей управління рекламною діяльністю підприємств.

**Завдання дослідження:**

- 1) визначити поняття, види та значення реклами;
- 2) з'ясувати поняття та особливості рекламного менеджменту підприємств;
- 3) розглянути механізм управління рекламною діяльністю підприємств;
- 4) охарактеризувати господарську діяльність торгового підприємства ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР»;
- 5) провести аналіз маркетингового середовища підприємства;
- 6) здійснити оцінку системи рекламного менеджменту підприємства;
- 7) оптимізувати організаційну структуру управління рекламною діяльністю на підприємстві;
- 8) обґрунтувати розробку та реалізацію комплексу рекламних заходів;
- 9) провести оцінку ефективності розроблених заходів.

**Об'єктом дослідження** є процес управління рекламною діяльністю на підприємствах.

**Предметом дослідження** є сукупність теоретичних та практичних положень організаційно-економічного характеру, спрямованих на удосконалення процесу управління рекламною діяльністю торгового підприємства ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР».

**Методи дослідження.** Методичну основу роботи становлять загально-наукові та спеціально-наукові методи наукового пізнання. В процесі написання роботи були використані такі дослідницькі методи, як: метод ключових понять, системний аналіз, групування, порівняння (під час дослідження теоретичних засади управління рекламною діяльністю підприємств); економіко-статистичний аналіз, методи вертикального та горизонтального аналізу, графічний та табличний методи, SWOT, SNW та PEST аналіз (під час аналізу стану управління рекламною діяльністю в ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР»); наукова абстракція та узагальнення (під час обґрунтування

напрямків удосконалення управління рекламною діяльністю в ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР»).

*Практична значущість* проведеного дослідження полягає у виявленні шляхів підвищення ефективності управління рекламною діяльністю в ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР», які можуть бути впроваджені в практичну діяльність підприємства.

*Структура та обсяг роботи.* Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 91 сторінку. Основний зміст викладено на 88 сторінках. Робота містить 27 таблиць, 9 рисунків.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні засади управління рекламною діяльністю підприємства»* визначені поняття, види та значення реклами; розглянуті сутність та особливості рекламного менеджменту підприємств; охарактеризований механізм управління рекламною діяльністю підприємства.

У другому розділі *«Аналіз стану управління рекламною діяльністю ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР»»* проведена загальна характеристика господарської діяльності підприємства; здійснений аналіз маркетингового середовища фірми; проведена оцінка системи рекламного менеджменту підприємства.

У третьому розділі *«Напрями удосконалення управління рекламною діяльністю в ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР»* здійснена оптимізація організаційної структури управління рекламною діяльністю на підприємстві; розроблений комплексу рекламних заходів; проведена оцінка ефективності розроблених заходів.

## ВИСНОВКИ

У результаті аналізу широкого спектра теоретичних та аналітичних джерел щодо управління рекламною діяльністю підприємства на прикладі ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР» зробимо такі висновки:

1. Реклама - це інформаційний ресурс підприємства, який представлений у будь-якій формі і розповсюджений у будь-який спосіб передачі інформації з метою впливу на поведінку споживачів та отримання прибутку від реалізації продукції (послуг). Існує багато різновидів реклами. Вона може класифікуватися за цільовою аудиторією (споживча, промислова тощо), географічною ознакою (місцева, зарубіжна і т. д.), засобів поширення (радіо або телебачення і т. д.), також за функцією або призначенням (товарна, некомерційна, пряма реклама). Також класифікаційними ознаками реклами є: тип рекламного часу (реклама в активний часовий період, реклама в пасивний часовий період); спосіб сприйняття споживачем (звукова реклама, візуальна реклама, реклама на дотик, аромореклама); тип візуалізації (динамічна реклама, статична реклама) і т.д.

2. Рекламний менеджмент підприємства – це система процесів: аналізу, розробки, планування, практичної реалізації і контролю ефективності рекламних заходів, спрямованих на досягнення маркетингових цілей суб'єкта господарювання. Стратегічна спрямованість в області рекламного менеджменту забезпечує: ефективну довгострокову взаємодію підприємства зі своїм цільовим ринком; гармонійне поєднання рекламної стратегії із загальною стратегією підприємства; позиціонування підприємства, як конкурентоспроможного, інформаційно-відкритого суб'єкта ринкової діяльності. Будь-яка розроблена та впроваджена стратегія по відношенню до рекламного менеджменту має цілком підпорядковуватися та реалізовуватися у контексті обраної стратегії розвитку підприємства.

3. Механізм управління рекламною діяльністю підприємства включає наступні етапи: визначення цілей рекламної діяльності та рекламного

менеджменту; обґрунтування цільової аудиторії впливу реклами; визначення методу й розрахунок рекламного бюджету; формування змісту та конструкції рекламного звернення; контроль й оцінку ефективності рекламної діяльності та рекламного менеджменту. Для оцінювання ефективності рекламного менеджменту підприємству слід враховувати стратегічне та тактичне планування цієї діяльності, визначення факторів та ресурсів, що формують підтримку рекламної діяльності, дослідження всіх можливих ефектів використання кожного рекламного засобу окремо та у їх поєднанні.

4. В роботі проведений аналіз господарської діяльності ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР», яка надає спектр послуг з продажу зварювального обладнання, витратних матеріалів, комплектуючих і супутніх товарів. Проведений аналіз показав, що на сьогоднішній день масштаби господарської діяльності підприємства збільшуються, що викликано наявністю попиту на зварювальну продукцію, а також умінням працювати в ринковому середовищі. ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР» є платоспроможним та ліквідним підприємством, не залежить від зовнішніх джерел фінансування та має власний оборотний капітал. Підприємство в короткостроковому періоді є фінансово стійким, але в довгостроковій перспективі може втратити свій фінансовий потенціал. Чистий прибуток ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР» за 2017-2019 роки суттєво зріс, всі показники рентабельності за досліджуваний період позитивні та знаходяться на високому рівні, що обумовлено прибутковою діяльністю підприємства.

5. На діяльність ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР» суттєвий вплив здійснюють фактори маркетингового середовища. Ці фактори були проаналізовані за допомогою методик SWOT, SNW та PEST аналізу. Так, SWOT-аналіз показав, що у поточній ситуації підприємству необхідно дотримуватись стратегії диверсифікації. Результати SNW-аналізу говорять про те, що найбільш сильними сторонами підприємства є асортимент продукції, цінова політика, психологічний клімат в колективі та умови праці, а слабкими сторонами - відсутність стратегії розвитку та неефективна організація маркетингу. PEST-аналіз зовнішнього середовища показав, що на сьогодні у

підприємства є всі можливості для розвитку успішної діяльності. Аналіз конкурентоспроможності дає змогу стверджувати, що ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР» випереджає своїх конкурентів по рівню якості продукції, кваліфікації персоналу та сформованому іміджу.

6. ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР» у своїй діяльності використовує інструменти маркетингових комунікацій. Свою діяльність та асортимент своєї продукції підприємство рекламує, різні рекламні звернення розміщуються на бігбордах, в спеціалізованих журналах, а також вся інформація про фірму та її продукцію представлена в мережі Інтернет, де розроблено власний сайт підприємства. Але при цьому рекламний менеджмент в ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР» організований на поганому рівні. В організаційній структурі підприємства відсутня посада маркетолога. Розподіл витрат на рекламу здійснюється за остаточним принципом.

7. Проведений аналіз стану організації маркетингу в ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР» дозволив виокремити такий напрям оптимізації управління маркетинговою діяльністю, як удосконалення організаційної структури управління маркетингом. В рамках цього заходу запропоновано створити в ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР» структурну одиницю під назвою «Відділ маркетингу та збуту», який буде складатися з діючого менеджера зі збуту та нових працівників - менеджера з реклами та маркетолога. Метою нового відділу має бути забезпечення більш якісного задоволення потреб споживачів та партнерів; забезпечення зростання обсягу продажу за рахунок конкурентних переваг; зниження витрат за рахунок повнішого врахування можливостей підприємства і динаміки попиту та ін. Планується, що створення нового відділу стане важливим фактором удосконалення маркетингової та збутової діяльності і, відповідно, дозволить збільшити обсяги збуту продукції ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР», розширити мережу магазинів підприємства, а значить і збільшити розмір чистого прибутку. В рамках цього заходу необхідно розробити на підприємстві «Положення про відділ маркетингу та збуту», а також посадові інструкції для нових працівників.

8. З метою підвищення конкурентоспроможності, збільшення обсягів продажу, формування сприятливої громадської думки про підприємство, а також для швидкого поширення інформації про асортимент продукції ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР» доцільно організувати проведення рекламних заходів. В першу чергу необхідно провести вдосконалення маркетингового оформлення магазину підприємства. Крім того, для залучення уваги громадськості до наявного асортименту продукції, необхідно брати участь у виставках, наприклад, у виставці «Метал-Обладнання-Інструмент», яка буде проходити у 2020 році у Львові. ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР» рекомендовано використовувати наступні канали розповсюдження реклами: реклама на щитах біля ринку «7 кілометр»; реклама в спеціалізованому журналі «Метал та лиття України»; реклама на одеській радіостанції «Хіт-FM»; роздача рекламних листівок (флаєрів) на території ринку «7 кілометру»; випуск рекламних буклетів та замовлення поліетиленових пакетів з рекламою підприємства.

9. Всі розроблені заходи спрямовані на підвищення конкурентоспроможності компанії ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР», формування попиту і стимулювання збуту, на збільшення ринків збуту, інтенсивну рекламу. Проведені розрахунки показали, що в перший рік економічний ефект від реалізації запропонованих заходів щодо удосконалення управління рекламною діяльністю в ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР» буде позитивний, а в наступні роки буде тільки зростати і в кінці п'ятого року становитиме 403510 грн. Дисконтований термін окупності розроблених заходів складає 3,6 роки. Реалізація запропонованих заходів дозволить значно збільшити обсяги продажу продукції та зайняти ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР» на ринку зварювального обладнання України стійке становище.



## АНОТАЦІЯ

Митник Сергій Сергійович. Управління рекламною діяльністю підприємства на прикладі ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР».

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

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження виступає процес управління рекламною діяльністю на підприємствах.

У роботі визначені поняття, види та значення реклами, розглянуті сутність та особливості рекламного менеджменту підприємств, охарактеризований механізм управління рекламною діяльністю підприємства.

Проведена загальна характеристика господарської діяльності ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР»; здійснений аналіз маркетингового середовища підприємства; проведена оцінка системи рекламного менеджменту ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР».

Здійснена оптимізація організаційної структури управління рекламною діяльністю в ТОВ «ЕЛ-ВЕЛДЕР»; розроблений комплекс рекламних заходів; проведена оцінка ефективності розроблених заходів.

**Ключові слова:** реклама, управління, підприємство, господарська діяльність, маркетингове середовище, аналіз, організаційна структура, оптимізація, рекламні заходи, розробка, ефективність.

## ANNOTATION

Mutnuk Sergiy. Management of advertising activities of the enterprise on the example of LLC «EL-WELDER»

Qualification work for a bachelor's degree in «075 Marketing» in the educational program «Marketing». Odessa National Economic University. - Odessa, 2020.

The bachelor's thesis consists of three sections. The object of the study is the process of advertising management in enterprises.

The concept, types and meanings of advertising are defined in the work, the essence and features of advertising management of the enterprises are considered, the mechanism of management of advertising activity of the enterprise is characterized.

The general characteristic of economic activity of LLC «EL-WELDER» is carried out; the analysis of the marketing environment of the enterprise is carried out; the evaluation of the advertising management system of LLC «EL-WELDER» was carried out.

The optimization of the organizational structure of advertising management in LLC «EL-WELDER»; developed a set of promotional activities; the effectiveness of the developed measures was evaluated.

**Key words:** advertising, management, enterprise, economic activity, marketing environment, analysis, organizational structure, optimization, advertising measures, development, efficiency.