

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

**Кафедра маркетингу та міжнародної логістики
(найменування кафедри)**

**РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 075 Маркетинг
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою
Маркетинг
(назва освітньої програми)**

**на тему: Удосконалення маркетингової діяльності компанії «Му
box»
(назва теми)**

Виконавець:
студент 45М групи ФМЕ
Шилов Борис Львович

/підпис/

Науковий керівник:
к.е.н., доц.
(науковий ступінь, вчене звання)

Рулінська Ольга Володимирівна

/підпис/

ОДЕСА – 2022

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Актуальність дослідження. Індустрія боксів для зберігання речей, є однією з найменш розвинутих компаній на вітчизняному ринку і національному рівнях. Але ж вона успішно пережила кризу пандемії та за прогнозами експертів буде продовжувати нарощувати обсяги послуг. Відповідно зростатиме конкуренція між собою. Тому розроблення дієвих маркетингових інструментів є однією з основних задач вищого менеджменту компаній вже сьогодні.

Сьогодні будь-яка компанія, що реалізує послуги через ринковий механізм, використовує маркетингові технології. Суть маркетингу полягає у організації діяльності, спрямованої задоволення ринку у вигляді пропозиції товару, який є попит, і стимулювання його збуту. Цей процес називають маркетинговою діяльністю. Маркетингова діяльність - це комплекс заходів організаційного та управлінського характеру з виробництва та збуту продукції компанії, завданням яких є вивчення та аналіз ринку з метою формування попиту на конкретний товар та подальшого його задоволення.

Метою кваліфікаційної роботи є вивчення теоретичних основ і формування прикладних рекомендацій стосовно управління комплексом маркетингу зберігання речей компанії «My box»

Для досягнення цієї мети в роботі сформульовано і вирішено наступні завдання:

- визначити роль маркетингової діяльності у функціонуванні «My box»;
- надати характеристику основних підходів до управління ефективністю маркетингової діяльності «My box»;
- узагальнити значення маркетингу для підприємства в ринкових умовах;
- розглянути організаційно-економічну характеристику «My box»;
- дослідити маркетингове середовище «My box»;
- проаналізувати особливості комплексу маркетингу «My box»;
- надати пропозиції з покращення комунікативної політики «My box» у віртуальному середовищі;

Об'єктом дослідження є процеси аналізу маркетингової діяльності «My box» та розробки рекомендацій для її удосконалення

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та прикладних положень щодо дослідження та удосконалення маркетингової діяльності підприємств

Методи дослідження Теоретичною та методологічною базою дослідження виступає загальнонауковий діалектичний метод пізнання маркетингової діяльності. Використані методи аналізу та синтезу, історичного та логічного, наукової абстракції, групування, порівняння і графічного представлення результатів.

Інформаційна база дослідження законодавчі і нормативні акти з питань діяльності страховиків, дані офіційних статистичних джерел, періодична література з маркетингу, внутрішня звітність підприємства.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (49 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 86 сторінок. Основний зміст викладено на 80 сторінках. Робота містить 22 таблиці, 12 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ»** визначено сутність та значення маркетингової діяльності, розглянуто характеристики основних підходів до управління комплексом маркетингу діяльності підприємства, описано ефективність маркетингу та основні методи її обчислення для підприємств.

У другому розділі **«ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА «Му box»** визначено організаційно-економічну характеристику та оцінку основних складових комплексу маркетингу підприємства «Му box», проаналізовано маркетингове середовище «Му box», проведено маркетингове дослідження комплексу маркетингу підприємства «Му box».

У третьому розділі **«НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА «Му box»** розроблені пропозиції з покращення маркетингової діяльності підприємства «Му box», доведено економічну ефективність запропонованих напрямів удосконалення комплексу маркетингу і були проведені заходи з покращення комунікативної політики на підприємстві ТОВ «Му box»

ВИСНОВКИ

Маркетингова діяльність є невід'ємною сферою функціонування підприємства, часто визначальною для інших напрямків діяльності організації. На основі проведеного аналізу наукових підходів щодо інтерпретації маркетингової та збутової діяльності обґрунтовано об'єднавчу позицію щодо них, представлено власне визначення маркетингової діяльності та виокремлено збутову діяльність її результуючим елементом. Підсумовуючи визначальні риси та концентрацію зусиль маркетингової і збутової діяльності, виокремлено характеристичні відмінності між ними та вектори їхньої спрямованості. Спираючись на світовий досвід формування маркетингової діяльності, авторами сформовано передумови її становлення на промислових підприємствах, представлено етапи виникнення та розвитку маркетингової діяльності. Підсумовуючи наведені аргументи, можна запропонувати таке визначення «управління маркетинговою діяльністю»: це діяльність усередині підприємства, спрямована на ринкове середовище, яке базується на

застосуванні інформаційних технологій, встановлення постійної комунікації зі споживачем, що дають можливість підвищувати адаптивність маркетингових інструментів відповідно до потреб ринку, а також сприятиме досягненню цілей маркетингової діяльності підприємства. Управління маркетинговою діяльністю визначає якісний склад комплексу маркетингу, через який підприємство здійснює маркетинговий вплив на споживача, створює сприятливе внутрішнє середовища, має на меті доведення до керівництва і персоналу цінностей підприємства і його маркетингових цілей, найкращого задоволення потреб споживачів і збільшення клієнтської бази підприємства.

Визначено показники, які можуть бути використані при оцінці ефективності маркетингової діяльності на підприємстві громадського харчування. Розглянуто два підходи: стандартний та нестандартний, кожен з яких має свої переваги і недоліки та виявляється більш чи менш придатним для досягнення різних цілей оцінки: від надання кількісних оцінок ефектів маркетингових заходів до інтегральної оцінки маркетингової діяльності в комплексі. Наукова новизна досліджень полягає у систематизації поглядів різних вітчизняних та зарубіжних вчених щодо оцінки ефективності маркетингової діяльності на підприємстві та застосування одного з них для підприємства сфери послуг. Розробка показників ефективності маркетингової діяльності для нового закладу громадського харчування має прикладне значення, оскільки може бути використана при оцінці ефективності маркетингової діяльності відповідних закладів.

Отже, у 2 розділі кваліфікаційної роботи було проаналізовано маркетингову діяльність підприємства «My box», основні типи бізнесу та види продукції, цілі та місію компанії, організаційну структуру. Як висновок, можна зазначити, що в 2020 році підприємство переживало економічний спад, що позначилось на всіх складових діяльності, але в 2021 році стан підприємства стабілізувався та помітна тенденція до зростання, тому на кінець 2021 року економічний стан стабілізувався і підприємство отримало чистий прибуток 457,87 тис. грн., причини покращення стали було те, що галузь має високий потенціал до росту і пристосувалось до змін; відбулося розширення ринкової частки компанії «My box» з продажу та оренди продукції; розширення клієнтської бази, створення сприятливих умов для співпраці з ними;

Отже, в 3 розділі роботи було визначено основні напрями формування і покращення маркетингу підприємства «My box». Для реалізації стратегії сталого розвитку необхідно досягти стійкості економічної системи.

Були рекомендовані такі заходи для покращення впізнаваності підприємства:

- Відеореклама
- Соціальні мережі
- Контент-маркетинг
- Прямий маркетинг (директ-маркетинг)

Було запропоновано список блогерів та пораховано ціну їхніх послуг. також було прораховано ефективність від послуг блогерів.

Розрахована ефективність свідчить про достатньо високий рівень ефективності запропонованих заходів для підприємства, що говорить про необхідність їх впровадження в діяльність компанії «My box»

На основі цього, виконаною роботою обґрунтував теоретичні положення, методичних підходів та науково-прикладних рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства «My box».

АНОТАЦІЯ

Шилов Б.Л. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства «My box».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «075 Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг».

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2022.

У роботі визначено сутність та значення маркетингової діяльності, визначено сутність та значення маркетингової діяльності, розглянуто характеристики основних підходів до управління комплексом маркетингу діяльності підприємства, описано ефективність маркетингу та основні методи її обчислення для підприємств.

Розглянуто організаційно-економічну характеристику та оцінку основних складових комплексу маркетингу підприємства «My box», », проаналізовано маркетингове середовище «My box», проведено маркетингове дослідження комплексу маркетингу підприємства «My box».

Розроблені пропозиції з покращення маркетингової діяльності підприємства «My box», доведено економічну ефективність запропонованих напрямів удосконалення комплексу маркетингу і були проведені заходи з покращення комунікативної політики на підприємстві ТОВ «My box»

Ключові слова: маркетингова діяльність, комплекс маркетингу, аналіз маркетингового середовища, економічна ефективність.

ANNOTATION

Shilov B.L. Improving the marketing activities of the «My box» enterprise. Qualification of the robot for the education of the bachelor's degree in the specialty "075 Marketing" for the study program "Marketing". Odessa National Economic University. – Odessa, 2022. In the robot, the day and the value of the marketing activity are assigned, the day and the value of the marketing activity are assigned, the characteristics of the main approaches to the management of the marketing complex of the activity of the enterprise are considered, the effectiveness of marketing and the main methods of calculation for enterprises are described. The organizational and economic characteristics and assessment of the main warehouse marketing complex of the enterprise "My box" were reviewed, the marketing medium of "My box" was analyzed, and the marketing follow-up of the marketing complex of the enterprise "My box" was carried out. expanded the propositions to reduce the marketing activity of the My box business, brought the economic efficiency of the promotion directly to the marketing mix and carried out a visit to the improvement of the communication policy of the My box company

Key words: marketing activities, marketing mix, analysis of the marketing environment, economic efficiency.