

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

Кафедра Економіки підприємства та організації підприємницької діяльності
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою професійного спрямування
«Економіка та стратегія розвитку підприємства»
(назва освітньої програми)

на тему: «Шляхи просування продукції»
(назва теми)

Виконавець:

студент центру заочної та вечірньої форм
навчання

Тесленко Ігор Олегович _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент
(науковий ступінь, вчене звання)

Літвінова Вікторія Олександрівна _____
прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми зумовлена тим, що кожне підприємство, яке у сучасних умовах завданням будь-якого підприємства є ефективне просування продукції з метою отримання прибутку.

Мета дослідження – теоретичне обґрунтування важливої ролі просування продукції в інтернеті аптечної мережі на прикладі фірми «КРОК» та створення практичної стратегії просування завдяки таким інструментам як SEO-оптимізування, таргетована реклама Facebook, Instagram, контекстна реклама у Google Ads та SMM просування у різних соцмережах для збільшення лояльності потенційних клієнтів та подальшій реалізації продукції

Завдання дослідження:

- Визначити сутність терміну «просування продукції».
- Розкрити сутність шляхів просування продукції підприємства та підходи до оцінювання ефективності просування.
- Сформулювати напрями удосконалення просування продукції на підприємстві.
- Проаналізувати сфери діяльності підприємства ТОВ «СИСТЕМА АПТЕК КРОК» та його зовнішнє середовище.
- Провести аналіз внутрішнього середовища підприємства ТОВ «СИСТЕМА АПТЕК КРОК».
- Запропонувати заходи щодо покращення просування продукції підприємства.
- Обґрунтувати економічну ефективність запропонованих заходів.

Об'єкт дослідження є процес просування продукції на підприємстві та напрями для покращення просування продукції підприємства.

Предмет дослідження є теоретичні та практичні аспекти просування продукції.

Методи дослідження метод спостереження, статистичні методи вибірки та групування, узагальнення, порівняння, конкретизація, логічне узагальнення, системний та порівняльний аналіз, графічні методи.

Інформаційна база дослідження виступають огляд та обробка економічної та методичної літератури, підручників, навчальних посібників, монографій, періодичних видань та статей, електронних ресурсів за обраною темою роботи.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків,

списку використаних джерел (35) та 2 додатків. Загальний обсяг роботи магістра 86 сторінки комп'ютерного тексту, містить 18 таблиць та 10 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього рівня магістра опубліковано стаття і тези конференції:

1. Тесленко І.О. Шляхи просування продукції. *Науковий вісник. Одеський національний економічний університет. Факультет економіки та управління підприємництвом.* 2022. № 37. С. 89-91.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАСТОСУВАННЯ КОМПЛЕКСНОЇ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ**» розглянуто сутність просування продукції за допомогою маркетингу на підприємстві, інструменти для просування продукції та методи оцінки ефективності стратегії просування

У другому розділі «**АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «СИСТЕМА АПТЕК «КРОК»**» проаналізовано господарську діяльність, показники фінансово-економічної діяльності, проведено оцінку інвестицій в просування продукції та ефективність їх використання на підприємстві.

У третьому розділі «**СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «СИСТЕМА АПТЕК КРОК»**» запропоновано удосконалити просування продукції шляхом створення власного інтернет-магазину для подальшого збільшення збуту та реалізації товарів та послуг, та створення власної системи лояльності для постійних клієнтів, яка дозволить працювати з базою наших лояльних клієнтів, що у подальшому позитивно позначиться на просування продукції

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. ТОВ «СИСТЕМА АПТЕК КРОК» ефективно веде свою господарську діяльність, виходячи з аналізу та розрахунків основних економічних показників підприємства. Підприємство має багато проблемних факторів в просуванні продукції, до яких належать відсутність чіткої структури маркетингового відділу, застарілі методи просування продукції, відсутність додаткових каналів продажу, крім аптек.

2. Підприємству ТОВ «СИСТЕМА АПТЕК КРОК» запропоновано заходи щодо збільшення реалізації товарів, зокрема: діджиталізація власного бізнесу, автоматизація звичайних процесів в аптеках, створення інструменту аналітики для подальшої взаємодії з клієнтами. Заходи, які ми запропонували

це створення власного інтернет-магазину та його просування і введення власної програми лояльності для постійних клієнтів.

3. Завдяки впровадженню першого заходу у перший рік реалізації проекту очікується додатковий прибуток у розмірі 311,8 тис. грн., термін окупності складе 3,912 роки.. Впровадження у мережі аптек дозволить збільшити прибуток на 253,12 тис. грн., та приріст виручки від продукції на 9%, термін окупності сягає показника у 0,949 роки