

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр

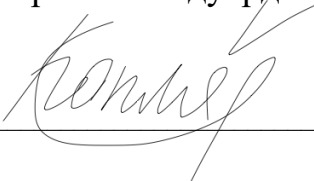
зі спеціальності 075 «Маркетинг»

за освітньою програмою «Маркетинг»

на тему: «Маркетинг ринку інноваційних технологій. Компанія INFOMIR»

Виконавець:

студентка IV курсу Центру
заочної та вечірньої форми навчання
Капляр Олеся Едуардівна


_____ /підпис/

Науковий керівник:

Ст. викладач
Полянська Ольга Євгенівна

_____ /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Сучасний епохальний розвиток технологій відкриває перед підприємствами неабиякі перспективи, але й ставить перед ними виклики, що вимагають пошуку нових маркетингових стратегій та підходів. Інноваційні технології змінюються з захоплюючою швидкістю, і успішне їх впровадження стає ключовим фактором конкурентоспроможності. Тому дослідження маркетингових аспектів у сфері інноваційних технологій має особливе значення. Розуміння маркетингу цих компаній не лише дозволить краще зрозуміти його сутність, а й стане важливим етапом для розробки стратегій успішного впровадження нововведень. Зокрема, даний дослідницький проект спрямований на аналіз маркетингових стратегій компанії INFOMIR, результатом якого будуть рекомендації для оптимізації маркетингової діяльності в контексті інноваційних технологій.

Метою даного дослідження є розкриття сутності маркетингових процесів та їх особливостей на ринку інноваційних технологій. На прикладі компанії INFOMIR буде проведено аналіз маркетингових стратегій та дій, і з цього аналізу будуть виведені рекомендації для оптимізації маркетингової діяльності в контексті інноваційних технологій.

Завдання дослідження:

1. Дослідити сутність маркетингових процесів на ринку інноваційних технологій.
2. Аналізувати маркетингові стратегії та дії компанії INFOMIR.
3. Вивести рекомендації щодо оптимізації маркетингової діяльності в сфері інноваційних технологій.

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність підприємств на ринку інноваційних технологій.

Предметом дослідження є маркетингові стратегії та дії компанії INFOMIR.

У роботі використовуватимуться методи аналізу та порівняльного дослідження, а також методи моделювання та експертних оцінок.

Інформаційна база дослідження. Для проведення дослідження використані дані з відкритих джерел, а також статистичні дані та інформацію, надану компанією INFOMIR.

Методи дослідження. Методами дослідження є теоретичні та методологічні бази дослідження виступають методи аналізу та синтезу, групування, порівняння і графічного представлення результатів.

Практичне значення отриманих результатів. Отримані результати можуть бути використані для підвищення ефективності маркетингової діяльності компанії INFOMIR на ринку інноваційних технологій. Вони допоможуть компанії зрозуміти її конкурентні переваги, ідентифікувати слабкі місця та виявити можливості для покращення.

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів. У першому розділі буде розглянуто теоретичні основи маркетингової діяльності підприємств на ринку інноваційних технологій, включаючи сутність маркетингу та його специфіку в цьому контексті. Другий розділ буде присвячено аналізу та оцінці маркетингової

діяльності компанії INFOMIR, включаючи огляд діяльності компанії, аналіз маркетингового середовища та характеристику маркетингового комплексу. У третьому розділі будуть запропоновані шляхи вдосконалення маркетингової стратегії компанії INFOMIR на основі результатів аналізу та оцінки, включаючи участь у виставці, розробку інтернет-реклами та оцінку ефективності запропонованих інструментів. На завершення роботи буде надано висновки, в яких узагальнюватимуться отримані результати та формуються рекомендації для подальших досліджень та практичного застосування.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні основи маркетингу діяльності підприємства»* визначено сутність, значення та зміст маркетингової діяльності підприємства, висвітлені особливості комплексу маркетингу інноваційних. Детерміновані основні методи оцінювання ефективності управління маркетингом на підприємстві.

У другому розділі *«Аналіз та оцінка маркетингової діяльності компанії ТОВ «Інфомір»»* надана загальна характеристика діяльності компанії, здійснена характеристика основних показників проекту «Im_Infomir», проаналізовано внутрішні та зовнішні середовища підприємства, описано організаційну структуру, охарактеризовано комплекс маркетингу на підприємстві та основних цільових сегментів компанії.

У третьому розділі *«Шлях вдосконалення маркетингової діяльності компанії «Інфомір»»* проаналізувавши слабкі сторони компанії запропоновано розширити присутність на B2C ринку шляхом розробки ефективного комплексу інтернет реклами у Інстаграм. Також запропоновано вдосконалити комунікаційну політику підприємства за допомогою активної участі у спеціалізованих виставках. Розрахований ефект запропонованих заходів та проаналізовано рентабельність.

ВИСНОВКИ

Дипломна робота розглядає теоретичні аспекти маркетингової діяльності підприємства, також було запропоновано рекомендації з удосконалення маркетингової діяльності підприємства ТОВ «Infomir» проекту «Im_Infomir».

Під поняттям маркетингової діяльності розуміються стратегії та тактики, спрямовані на задоволення потреб і бажань клієнтів через рекламу, просування продуктів, та управління брендом. Комплекс маркетингу підприємств включає в себе широкий спектр інструментів, таких як реклама, прямий маркетинг, зв'язки з громадськістю, та інші, які використовуються для досягнення маркетингових цілей.

Концепція "4P" маркетингового міксу, включає в себе продукт, ціну, розподіл та просування. В контексті інноваційних технологій, ця концепція може потребувати унікальних підходів, оскільки інноваційні товари часто вимагають специфічних стратегій продажу та просування. Додаткові компоненти в концепціях 5P та 7P, такі як People (Люди), Process (Процес) та Physical Evidence (Фізичні докази), набувають

особливого значення в сфері інноваційних технологій, оскільки вони впливають на сприйняття та успішність впровадження інновацій.

Визначено фактори успішності інновацій, серед яких важливість, унікальність, стійкість і ліквідність відіграють ключову роль. Ефективне використання маркетингу інноваційних технологій під час економічних криз дозволяє підприємствам адаптуватися та залучати клієнтів через онлайн-інструменти та розвиток нових продуктів чи послуг. Об'єктами маркетингу інновацій є інтелектуальна власність, інвестиції, засоби праці та управління. Маркетингові стратегії, такі як стратегія продукту, ціноутворення, просування, диференціації, партнерства і сервісу, є ключовими інструментами розвитку підприємства на ринку інноваційних технологій.

Компанія "Infomir" є глобальним лідером у галузі розробки та виробництва обладнання для послуг IPTV, OTT і VoD, працюючи в понад 160 країнах. Заснована у 2000 році, вона відома своєю високоякісною продукцією та програмним забезпеченням. "Infomir" вирізняється в участі в інноваційних проектах, таких як 3D-друк та боротьба з пандемією COVID-19.

Товари "Інфомір" можна розглядати як товари з підкріпленням, оскільки вони надають різноманітні послуги технічної підтримки. Загальна конкурентоспроможність компанії "MAG (Infomir)" становить 3,58 балів, розташовуючи її на третьому місці серед порівнянних конкурентів. Головні конкуренти - "Apple TV" та "Amazon Fire TV" - мають вищі рейтинги, відповідно 4,56 і 4,32 бали, посідаючи перше та друге місця. Крім того, "Google Chromecast" має схожий рівень конкурентоспроможності - 4,16 балів.

Фінансовий аналіз компанії "MAG (Infomir)" за останні роки показує її ефективну роботу, збільшення доходів та прибутку майже щорічно.

За результатами SWOT аналізу проекту IM_Infomir видно значні сильні сторони, такі як брендова репутація, стратегічні партнерства, широкий асортимент продукції, постійний розвиток і впровадження нових інноваційних технологій, ефективна система управління, налагоджена логістика по всьому світу, мультиекранна ТБ-платформа Ministra та брендування приставок під індивідуальні проекти. Однак, проект має свої слабкі сторони, такі як технологічна залежність, нестабільність політичної ситуації, слабка присутність у соціальних мережах та медійному просторі, висока вартість розробки нової продукції, можливість зростання цін на сировину та енергію, а також вразливість до технологічних збоїв або кібератак.

Можливості компанії Infomir у рамках проекту включають запровадження програми навчання та підтримки клієнтів, впровадження програми постійного вдосконалення та розвитку персоналу, розширення географічного покриття та виходу на нові ринки, збільшення інвестицій у дослідження та розвиток для створення конкурентоспроможних продуктів, зростання впізнаваності бренду через маркетингові ініціативи та рекламні кампанії, можлива державна підтримка, використання стратегічних партнерств з іншими компаніями та розвиток програми лояльності.

Проте, проект також зазнає загроз, таких як нестабільна економіко-політична ситуація в країні через війну, зниження рівня життя населення України, посилення позицій конкурентів та застаріння продуктів і послуг.

Порівняно з конкурентами, які пропонують продукцію в нижньому або середньому ціновому діапазоні, "Інфомір" має конкурентні переваги у вищій якості, більшому функціоналі та інноваційних можливостях. Відповідно до таблиці цін, моделі приставок "Інфомір" можуть коштувати від 3972 до 5250 грн.

АВС-аналіз товарного асортименту компанії Infomir для проекту Im_Infomir вказує на важливість кожного товару в контексті продажів та прибутковості. Найпопулярніші приставки з максимальними параметрами, такі як MAG544w3, MAG524w3 та MAG520w3, віднесені до групи А, оскільки вони мають потужний процесор та можливість підключення до Wi-Fi, роблячи їх універсальними. Аналіз показав, які товари потребують додаткового стимулювання продажів.

За звітом підприємства, основними способами, якими клієнти здійснюють покупки на сайті infomir.eu для регіону України та Європи, є різноманітні методи, такі як роздрібна покупка, використання чат-бота, рекламні банери, контактна форма, вибір товару та таргетована реклама через Google та Facebook. Компанія співпрацює з різними мережами магазинів як в Україні, так і в Європі, що сприяє просуванню її продукції в цих регіонах.

Аналіз комплексу маркетингу підприємства "Інфомір" показує, що відділ маркетингу відповідає за планування та реалізацію маркетингових заходів, використовуючи всі 4 елементи комплексу маркетингу для просування продукції.

При аналізі поточної маркетингової стратегії "Infomir" було виявлено кілька ключових недоліків. Перш за все, компанія сильно зосереджена на ринку B2B, що призводить до недооцінки потенціалу ринку B2C. Також недостатня присутність у соціальних мережах та обмежена інтернет-реклама для сегмента B2C призводять до втрати потенційних клієнтів.

Аналізуючи активність компанії в соціальних мережах, стає зрозуміло, що наявний контент не оновлюється регулярно, що може впливати на імідж компанії. Зниження кількості переглядів блогу також є показником необхідності змін у стратегії маркетингу, оскільки більшість інформації тепер доступна на соціальних мережах.

Реклама в Instagram дозволяє точне таргетування, зменшує витрати та збільшує конверсію. Вона вигідна порівняно з традиційними методами, має потужні аналітичні інструменти та гнучкі стратегії. Можливість взаємодії з аудиторією та експерименти з різними форматами робить її ефективним засобом просування.

За даними бюджету на рекламу, виділені кошти варіюються від 240,700 до 500,000 грн щомісяця. Це дозволяє проводити ефективні рекламні кампанії.

Рекламні кампанії будуть проводитися у сторіз та постах, де пропонується промокод на знижку для залучення уваги. Таргетингові слова для аудиторії включають ключові теми та інтереси. Налаштовується реклама на 30 днів з бюджетом 30 доларів на день для постів та 20 доларів на день для історій Instagram, з орієнтованим охопленням від 96 000 до 370 000 користувачів.

Рекламні кампанії, які охоплюють як пости, так і історії, дозволять досягти широкого охоплення аудиторії, підвищуючи кількість відвідувань профілю та, відповідно, конверсій у продажі. Загальний бюджет на рекламні кампанії в 60,000 грн з очікуваним охопленням від 236,000 до 620,000 користувачів може принести значний прибуток. Очікуваний прибуток від мінімального охоплення складає приблизно 236,000 грн, а від максимального — до 620,000 грн. Ці заходи не тільки сприятимуть зростанню прибутків, але й покращать взаємодію з цільовою аудиторією.

Після запуску рекламної кампанії важливо проводити моніторинг та аналіз результатів, використовуючи інструменти аналітики Instagram для отримання детальних даних про ефективність кожного аспекту кампанії. Регулярні звіти та оцінка ефективності допоможуть визначити успішні стратегії та внести корективи для покращення результатів.

Аналізуючи витрати та рентабельність участі у міжнародних виставках для компанії Infomir, можна визначити, що участь у виставках MWC у Барселоні та CES у Лас-Вегасі виявилася найбільш рентабельною з точки зору відношення витрат до очікуваного прибутку, досягаючи відповідно 25.2% та 23.3%. В той же час, участь у виставці IBC у Амстердамі забезпечила рентабельність на рівні 23%, що також є значущим результатом, проте нижчим у порівнянні з іншими виставками.

Участь у міжнародних виставках є стратегічно важливою для компанії Infomir з кількох причин. Ці виставки є найпрестижнішими подіями у своїх галузях, збираючи провідні компанії та фахівців з усього світу. Участь в них дозволяє Infomir презентувати свої продукти, знаходити нові бізнес-контакти, вивчати ринкові тенденції та підвищує впізнаваність бренду. Крім того, ці виставки стають місцем для анонсу новинок та демонстрації інновацій. Участь у них сприяє не лише фінансовій рентабельності, але й зміцненню ринкових позицій, конкурентоспроможності та довгостроковому розвитку компанії.