

**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 та міжнародна логістика
(назва освітньої програми)

на тему: «Удосконалення маркетингових комунікацій підприємства
на прикладі автошколи «ТурбоДрайв»
(назва теми)

Виконавець:
студент 46/1 групи ФМЕ
Корнєва Анастасія Леонідовна

/підпис/

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

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. ТОВ «ТурбоДрайв» визначається необхідністю адаптації підприємства до сучасних умов ринку, де конкуренція є однією з основних сил, що впливають на успішність бізнесу. В умовах зростаючої конкуренції на ринку засобів від шкідників, побутової техніки та електроніки, компаніям необхідно шукати нові та ефективні методи просування своєї продукції. ТОВ «Соноре», як одна з провідних компаній у своїй галузі, стикається з необхідністю впровадження інноваційних підходів до маркетингової діяльності для збереження та збільшення частки ринку. Використання маркетингових досліджень є важливим інструментом, що дозволяє компанії глибше розуміти потреби та вподобання своїх споживачів, аналізувати конкурентне середовище та виявляти нові ринкові можливості. Це сприяє не лише збільшенню обсягів продажів, але й формуванню позитивного іміджу компанії на ринку.

Впровадження сучасних методів маркетингових досліджень дозволить ТОВ «Соноре» більш гнучко реагувати на зміни попиту, оптимізувати витрати на маркетинг та підвищити рентабельність. Використання аналітичних платформ, великих даних та штучного інтелекту забезпечить можливість швидкого і точного аналізу великих обсягів інформації, що є критично важливим для прийняття обґрунтованих стратегічних рішень. Це дозволить компанії залишатися конкурентоспроможною в умовах динамічного ринкового середовища.

Таким чином, дослідження теми використання маркетингових досліджень в діяльності ТОВ «Соноре» є надзвичайно актуальним. Воно сприятиме підвищенню ефективності маркетингової діяльності компанії, забезпеченню сталого розвитку та досягненню довгострокового успіху. Використання сучасних технологій та методів, персоналізація маркетингових стратегій та інтеграція омніканального підходу стануть ключовими факторами успіху ТОВ «Соноре». Це дослідження також допоможе компанії краще орієнтуватися в ринкових умовах, ефективніше взаємодіяти з клієнтами та партнерами, що в кінцевому рахунку сприятиме зміцненню її позицій на ринку та підвищенню конкурентоспроможності.

Мета дослідження . Метою кваліфікаційної роботи є обґрунтування теоретичних положень, методичних підходів та науково-прикладних рекомендацій щодо використання маркетингових досліджень та розробки пропозицій з їх впровадження в маркетингову діяльність ТОВ «ТурбоДрайв».

Завдання дослідження:

- вивчити теоретичні основи маркетингових досліджень;
- проаналізувати ринок товарів для комах в Україні;
- дослідити методи маркетингових досліджень, що використовуються ТОВ «ТурбоДрайв»;
- оцінити ефективність використання маркетингових досліджень в діяльності ТОВ «ТурбоДрайв»;

- розробити рекомендації щодо вдосконалення використання маркетингових досліджень в діяльності ТОВ «ТурбоДрайв».

Об'єктом дослідження є процеси використання маркетингових досліджень у діяльності ТОВ «ТурбоДрайв» та розробка рекомендацій для їх удосконалення.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та прикладних положень щодо використання та впровадження маркетингових досліджень у маркетингову діяльність підприємства.

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 підприємств, 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 (45 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 94 сторінок. Основний зміст викладено на 90 сторінках. Робота містить 14 таблиць, 6 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ»** розглянуто сутність та функції маркетингових досліджень у сучасних умовах господарювання; визначено роль маркетингових досліджень у системі управління підприємством, надано характеристику основним методам і підходам до проведення маркетингових досліджень; розкрито значення маркетингових досліджень для прийняття обґрунтованих стратегічних рішень та підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства.

У другому розділі **«АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ПРОВЕДЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ДЛЯ ТОВ «СОНОРЕ»»** надано техніко-економічну характеристику ТОВ «Соноре»; проаналізовано маркетингове середовище компанії, включаючи конкурентне середовище, ринкові тенденції та поведінку споживачів; досліджено особливості управління складовими комплексу маркетингу ТОВ «Соноре» та проведено SWOT-аналіз чинників та середовища підприємства.

У третьому розділі **«РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ УДОСКОНАЛЕНИХ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ТУРБОДРАЙВ»»** надано пропозиції з удосконалення організації маркетингової діяльності на

підприємстві.; розроблено рекомендації щодо підвищення точності та релевантності маркетингових досліджень.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити такі висновки:

1. Сьогодні запорукою успішної діяльності підприємства є ефективне використання маркетингових досліджень, що дозволяє адаптуватися до швидких змін у ринковому середовищі та забезпечити конкурентні переваги. Маркетингові дослідження виступають як систематичний інструмент для збору, аналізу та інтерпретації інформації, необхідної для прийняття обґрунтованих рішень. Для ТОВ «Соноре» використання маркетингових досліджень є ключовим фактором у визначенні стратегічних напрямків розвитку, що сприяє оптимізації маркетингової діяльності та підвищенню її ефективності.
2. ТОВ «Соноре» є провідним підприємством у сфері виготовлення та оптового продажу засобів від шкідників, побутової техніки та електроніки. Основні показники діяльності компанії демонструють стабільне зростання, що підтверджує ефективність обраної стратегії. Проте, для подальшого розвитку та зміцнення позицій на ринку, компанії необхідно впроваджувати сучасні інструменти маркетингових досліджень, що дозволить більш точно розуміти потреби та очікування споживачів.
3. Основними конкурентами ТОВ «Соноре» є інші провідні компанії в галузі виробництва засобів від шкідників та побутової техніки. В умовах високої конкуренції важливо використовувати маркетингові дослідження для аналізу сильних і слабких сторін конкурентів, визначення ринкових можливостей та загроз. Це дозволить розробити ефективні стратегії для підвищення конкурентоспроможності компанії.
4. Продукція ТОВ «Соноре» виготовляється за сучасними технологіями та відповідає високим стандартам якості. Для забезпечення стабільного попиту на продукцію компанії важливо проводити регулярні маркетингові дослідження, що дозволяють виявляти нові потреби споживачів та відповідати на них відповідними продуктами та послугами. Крім того, аналіз цінової політики та адаптація її до умов ринку сприятиме підтриманню конкурентоспроможності продукції.
5. Для ефективного функціонування на ринку B2B ТОВ «Соноре» необхідно використовувати комплексні маркетингові стратегії, що включають як традиційні методи просування, так і сучасні цифрові технології. Важливим є оптимізація вебсайту компанії, його пошукова оптимізація та активна робота в соціальних медіа для підвищення видимості бренду в Інтернеті.
6. В рамках удосконалення маркетингової діяльності ТОВ «Соноре» запропоновано впровадити реорганізацію відділу маркетингу. Це дозволить підвищити ефективність управління маркетинговим комплексом, систематизувати роботу та забезпечити чіткий розподіл обов'язків між співробітниками. Реорганізований відділ маркетингу включатиме спеціалістів з інтернет-маркетингу, збуту та розвитку, що забезпечить комплексний підхід до реалізації маркетингових завдань.

7. З метою розширення ринків збуту та підвищення впізнаваності бренду ТОВ «Соноре» рекомендовано активну участь у виставкових заходах. Це сприятиме залученню нових клієнтів, встановленню партнерських зв'язків та покращенню іміджу компанії на ринку. Зокрема, участь у міжнародних виставках і форумах дозволить ТОВ «Соноре» презентувати свою продукцію широкій аудиторії та отримати зворотний зв'язок від потенційних клієнтів.