

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

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

Допущено до захисту
Завідувач кафедри МтаМЛ
д.е.н., проф. _____ Саєнсус М.А.
“ _____ ” _____ 2024 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра**

зі спеціальності 075 Маркетинг
за освітньою програмою Маркетинг та міжнародна логістика

на тему: «**Аналіз та удосконалення ефективності рекламної діяльності підприємств (на прикладі ТОВ «Вельвет Янг»)»**

Виконавець:

студентка факультету міжнародної економіки

Кудінова Аліна Віталіївна
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

(науковий ступінь, вчене звання)

Обнявко Олександр Валентинович
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис /

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	5
1.1 Сутність та значення рекламної діяльності підприємства.....	5
1.2 Види реклами та їх вплив на діяльність підприємства.....	11
1.3 Сучасні тенденції в рекламній сфері.....	14
Висновки до розділу 1.....	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОТОЧНОЇ РЕКЛАМНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ВЄЛЬВЄТ ЯНГ»	20
2.1 Характеристика та аналіз господарської діяльності ТОВ «ВЄЛЬВЄТ ЯНГ».....	20
2.2 Аналіз макро і мікросередовища підприємства.....	25
2.3 Характеристика комплексу маркетингу підприємства.....	32
2.4 Оцінка ефективності рекламної діяльності підприємства.....	36
Висновки до розділу 2.....	44
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «ВЄЛЬВЄТ ЯНГ»	46
3.1 Рекомендації з удосконалення стратегії реклами.....	46
3.2 Заходи вдосконалення організації рекламної компанії.....	49
3.3.Шляхи впровадження інтерактивних інструментів маркетингу в рекламну компанію підприємства.....	54
3.4. Обґрунтування економічної ефективності рекомендацій з удосконалення рекламної компанії підприємства.....	58
Висновки до розділу 3.....	63
ВИСНОВКИ	66
Список використаних джерел	69
Додатки	73

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасному конкурентному світі реклама стає ключовою для успіху будь-якого бізнесу. Вона допомагає привернути увагу до бренду та збільшити його популярність на ринку.

Реклама вже протягом тривалого часу є одним з ключових факторів прогресу в сучасному суспільстві, і це підтверджується відомим виразом «Реклама – двигун торгівлі». Ці слова вже давно стали загальновідомим афоризмом, проте до них можна додати інше: сучасна реклама – це також двигун прогресу. У сьогоднішній епохі будь-яка комерційна діяльність, яка не супроводжується рекламою, не може розраховувати на успіх, що є очевидним для всіх. Розумне розміщення реклами вважається ефективним вкладенням коштів, яке приносить значні вигоди. Проте неможливо знайти рекламу, яка б вплинула на всю суспільність в цілому - такого рівня впливу просто не існує. Також важливо зауважити, що не існує однозначно кращого або гіршого способу позиціонування реклами. Саме в цьому полягає унікальність сфери рекламних послуг.

Тому аналіз та постійне вдосконалення ефективності рекламної діяльності є важливим завданням для будь-якої компанії. Компанія «Вельвет Янг» не є винятком. В умовах посиленої конкуренції та постійних змін у вподобаннях споживачів, їй важливо безперервно адаптуватися та оптимізувати свої рекламні стратегії. Удосконалення маркетингових підходів, зокрема у сфері реклами, допоможе забезпечити стабільний розвиток та збільшити конкурентоспроможність компанії на ринку. Тому метою цього дослідження є аналіз та покращення ефективності рекламної діяльності компанії «Вельвет Янг». Шляхом системного аналізу попередніх рекламних кампаній та вивчення ринкових тенденцій, ми прагнемо розробити рекомендації для вдосконалення рекламних зусиль компанії.

Мета дослідження: аналіз та удосконалення ефективності рекламної діяльності підприємства ТОВ «Вельвет Янг»

Завдання:

- розглянути теоретичні основи управління рекламною діяльністю підприємства
- проаналізувати поточні рекламні стратегії ТОВ «Вельвет Янг»
- розробити шляхи вдосконалення процесу управління рекламною діяльністю підприємства ТОВ «Вельвет Янг».

Об'єкт дослідження: процеси формування та реалізації рекламною діяльності ТОВ «Вельвет Янг».

Предмет дослідження: сутність, значення, оцінка ефективності рекламною діяльності підприємства

Методи дослідження. У дослідженні рекламною діяльності підприємства "ВЄЛЬВЄТ ЯНГ" використано ряд методів аналізу, включаючи аналіз діяльності, макро- та мікросередовища, комплексу маркетингу та оцінку ефективності рекламною діяльності. На основі цих досліджень розроблено рекомендації щодо вдосконалення стратегії реклами, організації рекламною компанії та впровадження інтерактивних інструментів маркетингу з метою підвищення ефективності рекламною діяльності підприємства. Додатково проведено обґрунтування економічної ефективності запропонованих заходів.

Структура роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел із 44, 18 таблиць, 28 рисунків. Загальний обсяг роботи складає 78 сторінок основного тексту.

збільшиться на 200% за рахунок збільшення чисельності персоналу і витрат на оренду приміщень. В результаті змін в доході і собівартості, валовий прибуток збільшиться на 810,36%. Фінансовий результат від операційної діяльності збільшиться на 543,29%, фінансовий результат до оподаткування і чистий прибуток збільшаться до 189431 тис. грн., тобто діяльність стане прибутковою.

У прогностному періоді показники рентабельності збільшаться за рахунок прибуткової діяльності підприємства.

Таким чином, запропоновані заходи є ефективними.

ВИСНОВКИ

Важливість рекламної діяльності для підприємств важко переоцінити. Вона допомагає підвищити впізнаваність бренду, позиціонувати товари та послуги на ринку, створює позитивний імідж компанії, залучає нових клієнтів та утримує існуючих.

Для ефективного управління рекламною діяльністю підприємства необхідно уважно вивчати ринкові тенденції, вподобання споживачів, конкурентну ситуацію та застосовувати інструменти маркетингових досліджень.

Кожен вид реклами має свої переваги та обмеження. Тому ефективна стратегія просування зазвичай поєднує різні рекламні заходи. Це дозволяє врахувати особливості цільової аудиторії, маркетингові цілі та бюджет підприємства.

Сьогодні реклама зосереджується на створенні контенту, який відповідає стилю життя споживачів, а не просто прагне їх придбати продукт. Споживачі більше схильні надавати перевагу брендам, які відображають їхні цінності та моральні позиції, ніж лише звертатися до репутації або популярності бренду.

Товариство з обмеженою відповідальністю «ВЄЛЬВЄТ ЯНГ» зареєстроване 06.06.2014г. Основний вид діяльності (КВЕД) – 85.52 «Освіта у сфері культури».

За аналізований період 2022-2023рр. у підприємства суттєво знизився чистий фінансовий результат, що зумовлено зростанням доходів меншими темпами, ніж витрат. Так, за 2023р. прибуток зменшився на 118,2 тис. грн., підприємство стало збитковим. У 2023р. показники рентабельності зменшились за рахунок збиткової діяльності підприємства.

На діяльність ТОВ «ВЄЛЬВЄТ ЯНГ» найбільший вплив здійснює макросередовище і цим факторам підприємство не може протидіяти. В сучасних умовах погіршення купівельної спроможності на внутрішньому ринку актуалізує потребу в зниженні цін і пропозиції акцій на послуги.

ТОВ «ВЄЛЬВЄТ ЯНГ» здійснює активне інтернет-просування своїх послуг. Інформацію можна знайти не тільки у соціальних мережах Фейсбук та Інстаграм, але й на Ютубі, в Тік-Ток, на різноманітних інформаційних сайтах по наданню послуг навчання танцю. Акційні пропозиції публікуються на сайті Покупон. Аналіз ефективності маркетингової діяльності виявив, що за останні 3 роки аудиторія соціальних мереж ТОВ «ВЄЛЬВЄТ ЯНГ» збільшилась на 26,34%, однак, можна відмітити дуже низьку активність аудиторії, максимальна кількість лайків чи репостів спостерігається 2-3 рази на рік, а сама кількість таких реакцій дуже незначна. Враховуючи зниження маркетингових витрат, можна зробити висновок, що рекламна і маркетингова діяльність недостатньо активна.

В цілому пропонується вибрати рекламну стратегію за наступними елементами:

1. За географією: локальна – орієнтується на аудиторію, що знаходиться на порівняно невеликій локації, в місті Одеса.
2. За плейсментом: змішана стратегія, тобто використовуються і digital, і офлайн-канали розміщення реклами.

3. За розміром цільової аудиторії: нішеві заходи – розраховані на окремий сегмент ЦА.

4. За періодичністю:

- постійне розміщення. ТОВ «ВЄЛЬВЕТ ЯНГ» має розміщувати промоматеріали постійно та рівномірно, з однаковою вагою медіа протягом усього періоду розміщення;
- імпульсне просування. При ньому реклама також розміщується у каналах з однаковою вагою протягом року, але із певними інтервалами розміщення. Наприклад, реклама в традиційних ЗМІ не весь рік, а за місяць (ТБ і транспорт).

Пропонується використовувати інструменти інтерактивного маркетингу при рекламі послуг школи танців ТОВ «ВЄЛЬВЕТ ЯНГ» на різних інтернет-ресурсах.

Витрати на маркетинг становитимуть 1250 тис. грн. Передбачається зростання доходу внаслідок збільшення кількості учнів на 30%. В результаті змін в доході і собівартості, валовий прибуток збільшиться на 810,36%. Фінансовий результат від операційної діяльності збільшиться на 543,29%, фінансовий результат до оподаткування і чистий прибуток збільшаться до 189431 тис. грн., тобто діяльність стане прибутковою. У прогностному періоді показники рентабельності збільшаться за рахунок прибуткової діяльності підприємства. Таким чином, запропоновані заходи є ефективними.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Курило Л.І., Пічик Н.А. Рекламна діяльність підприємства та напрями її удосконалення. *SInternational Scientific Journal «Internauka». Series: «Economic Sciences»*. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/dbfee101-4aec-4520-813e-90fa51d0cedb/content>
2. Рябак В.А., Брензович К.С. Тенденції та перспективи розвитку світового рекламного ринку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2023. Вип. 49. С.132-136.
3. Аналітика акаунту. URL: <https://trendhero.io/app/reports/recent>
4. Аналітика від Київстар ТБ: які канали стали лідерами телеперегляду у липні 2023 року. URL: <https://www.unian.ua/techno/communications/analitika-vid-kijivstar-tb-yaki-kanali-stali-liderami-telepereglyadu-u-lipni-2023-roku-12357591.html>
5. Аналітика соціальних мереж. URL: https://hypeauditor.com/youtube/UCX_FiiWJchhEs9yVyvLsgeA/
6. Відновлення ринку реклами на ТБ у 2023-му сягне 55% від об'ємів 2021 року у гривні – прогноз Ocean Media Plus. URL:

- <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/20231106-vidnovlennya-rynku-reklamy-na-tb-u-2023-mu-syagne-55-vid-obyemiv-2021-roku-u-gryvni-prognoz-ocean-media-plus/>
7. Звітність ТОВ «ВЄЛЬВЕТ ЯНГ». URL: <https://clarity-project.info/edr/39246232/finances>
 8. Інстаграм. URL: https://www.instagram.com/velvet_young_dancecentre/
 9. Інфляція в Україні. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/>
 10. Круте телевізійне піке. Телеканали заробили на рекламі в п'ять разів менше, ніж до війни. Що буде далі з цим бізнесом. URL: <https://forbes.ua/company/do-byudzhetiv-2021-roku-mi-povernemosya-lishe-u-2024-mu-skilki-v-viynu-zaroblyae-ukrainske-telebachennya-27122022-10761>
 11. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. 2-ге вид., переробл. і доповн. К.: Знання, 2010. 406 с.
 12. Маркетингові дослідження ринку. URL: <https://posibniki.com.ua/post-marketingovi-doslidzhennya-rinku>
 13. Опендатабот. URL: <https://opendatabot.ua/c/39246232>
 14. Покупон. URL: <https://pokupon.ua/uk/places/item/18950-velvet-young-dance-centre-velvet-yang-dens-tsentri/deals>
 15. Попстерс. URL: <https://popsters.ru/app/dashboard>
 16. Реклама на регіональному ТБ. URL: <https://effect-m.com/uk/reklama-na-tb/reklama-na-regionalnomu-tb>
 17. Реклама на транспорті. URL: https://urd.com.ua/transport_advertising
 18. Реклама на регіональному ТБ. URL: <https://effect-m.com/uk/reklama-na-tb/reklama-na-regionalnomu-tb>
 19. Розробка сайту. URL: <https://www.seo-design.ua/uk/skilki-koshtue-zrobiti-sayt/>
 20. Скільки коштує політична реклама на телебаченні, – Рух ЧЕСНО. URL: <https://dyvys.info/2019/01/11/skilky-koshtuye-politychna-reklama-na-telebachenni-ruh-chesno/>

21. Скільки коштує реклама в «Інстаграм». URL: <https://elitweb.ua/ua/blog/skolko-stoit-reklama-v-instagrame>
22. Спорті. URL: <https://odessa.sporty.ua/sportclub/velvet-young-dance-centre-2/>
23. ТОП-20. URL: <https://top20.ua/od/sport-krasa/shkoli-tantsiv/velvet-young-dance-centere-tantsyi.html>
24. Трекер економіки України під час війни. [URL: <https://ces.org.ua/tracker-economy-during-the-war/>]
25. Український ринок вікон та фасадів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fasadinfo.ua/articles/market/79>
26. Фейсбук. URL: <https://www.facebook.com/velvetyoungdancecentre>
27. Ціни на рекламу в facebook 2023. URL : <https://ifish.com.ua/ua/tsini-na-facebook/>
28. Ютуб. URL: <https://www.youtube.com/user/VelvetYoungDanceC>
29. Ютуб. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8NQ189r9HDg>
30. Ютуб. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tcCdQuLzFCE>
31. Ютуб. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tcCdQuLzFCE>
32. Edusearch. URL: <https://edusearch.com.ua/od/school/velvet-young-dance-centre-tancyuvalna-studiya>
33. Sporty. URL: <https://odessa.sporty.ua/sportclub/velvet-young-dance-centre-2/>
34. VELVET YOUNG Dance Centre: інтерв'ю з засновниками. URL: <https://oksana13.blogspot.com/2016/04/velvet-young-dance-centre.html>
35. VELVET YOUNG DANCE CENTRE FACEBOOK. URL: https://www.facebook.com/velvetyoungdancecentre?locale=uk_UA
36. VELVET YOUNG DANCE CENTRE INSTAGRAM. URL: https://www.instagram.com/velvet_young_dancecentre/
37. VELVET YOUNG DANCE CENTRE YOUTUBE. URL: <https://www.youtube.com/user/VelvetYoungDanceC>
38. Тік-Ток. URL: <https://www.tiktok.com/@velvetyoungdc>

39. Коротенко О. Як бренди використовують інтерактив у зовнішній рекламі. URL: <https://bazilik.media/iak-brendy-vykorystovuiut-interaktyv-u-zovnishnij-reklami/>

40. Атаманюкова О. В. Інтерактивна реклама як альтернативна форма діалогу між споживачем та брендом. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я*. 2019. Ч. III. С. 89. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/ab59fb42-990f-4db7-a6db-75ad217ff567/content>

41. Оцінка ефективності реклами. URL: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php?file=/712441/mod_resource/content/1/D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%97%2016-18.pdf

42. Хасан Алі Аль-Абабнех. Визначення ефективності сучасної реклами. *Економічний вісник*, 2016, №1. С. 132-137.

43. Реклама і життєвий цикл товару. URL: <http://marketinghelping.com/konspekti-lekcz/314-reklama-zhittvij-czikl-tovaru.html>

44. Які канали комунікації найбільше привертають увагу та викликають довіру у споживачів? URL: <https://digdata.com.ua/index.php/uk/kanalykomunikatsiyi/>