

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

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики
(найменування кафедри)

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

на тему: Аналіз та удосконалення ефективності рекламної
діяльності підприємств на прикладі ІЛОНА-ЛТД
(назва теми)

Виконавець:
студент 45/1 групи ФМЕ
Курін Богдан Петрович

/підпис/

Науковий керівник:
К.Е.Н., СТ.ВИКЛ.
(науковий ступінь, вчене звання)
Васильченко Кирило Геннадійович

/підпис/

ОДЕСА – 2024

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Сучасний бізнес-середовище вимагає від підприємств постійного вдосконалення своїх маркетингових стратегій, зокрема рекламної діяльності. Зростаюча конкуренція та швидкі темпи розвитку технологій роблять рекламу важливим інструментом для залучення споживачів, підвищення впізнаваності бренду та збільшення обсягів продажів. Реклама відіграє ключову роль у формуванні позитивного іміджу компанії, створенні попиту на продукцію та послуги, а також у підтримці лояльності існуючих клієнтів.

Актуальність дослідження рекламної діяльності підприємства ІЛОНА-ЛТД зумовлена необхідністю адаптації до сучасних умов ринку, де швидко змінюються споживчі вподобання, з'являються нові медіа-канали та інструменти комунікації. Успішна рекламна стратегія дозволяє підприємству виділятися серед конкурентів, ефективно взаємодіяти зі своєю цільовою аудиторією та досягати своїх бізнес-цілей. Тому важливо постійно аналізувати та оптимізувати рекламні заходи, враховуючи останні тенденції та технологічні досягнення.

Розвиток цифрових технологій відкриває нові можливості для рекламної діяльності. Інтернет-реклама, соціальні мережі, контекстна реклама, SEO-оптимізація – всі ці інструменти дозволяють більш точно налаштовувати рекламні кампанії, орієнтуючись на конкретні сегменти аудиторії. Водночас, ефективність традиційних методів реклами, таких як телебачення, радіо, друковані видання, також залишається важливою для досягнення широкого охоплення.

Зважаючи на зазначені вище фактори, дослідження зосереджено на аналізі та удосконаленні рекламної діяльності підприємства ІЛОНА-ЛТД, що дозволить підвищити його конкурентоспроможність на ринку. Успішна реалізація рекламної стратегії сприятиме збільшенню обсягів продажів, розширенню клієнтської бази та зміцненню позицій компанії на ринку.

Крім того, у сучасних умовах важливо враховувати фактори глобалізації та інтеграції, які впливають на бізнес-середовище. Підприємства, що діють у міжнародному контексті, мають адаптувати свої рекламні стратегії до різних культурних, економічних та правових умов. Це вимагає від маркетологів високого рівня професійної підготовки, гнучкості та здатності швидко реагувати на зміни.

Таким чином, актуальність теми дослідження визначається необхідністю постійного вдосконалення рекламної діяльності підприємства для досягнення високої ефективності маркетингових комунікацій, підвищення конкурентоспроможності та забезпечення стабільного розвитку в умовах сучасного динамічного ринку.

Цілі та завдання дослідження. Основна мета роботи - проведення аналізу та удосконалення ефективності рекламної діяльності підприємства на

прикладі ІЛОНА-ЛТД. Для досягнення цієї мети необхідно було вирішити такі завдання:

- провести аналіз поточного стану рекламної діяльності ІЛОНА-ЛТД, включаючи огляд рекламних кампаній, витрат на рекламу, використаних медіа-каналів та результатів рекламних заходів;
- визначити основні цілі та завдання рекламної стратегії ІЛОНА-ЛТД і їх відповідність стратегічним цілям та потребам компанії;
- вивчити та проаналізувати споживчий ринок, конкурентну ситуацію та поведінку споживачів для виявлення можливостей та загроз;
- розробити рекомендації щодо оптимізації рекламної стратегії, включаючи вибір оптимальних медіа-каналів, підвищення ефективності рекламних повідомлень та адаптацію стратегії до змін у споживчій поведінці та технологіях.

Предметом дослідження є процес планування, реалізації та оцінки ефективності рекламної діяльності підприємства ІЛОНА-ЛТД.

Об'єктом дослідження виступає рекламна діяльність підприємства ІЛОНА-ЛТД.

Теоретичну базу роботи становлять праці вітчизняних та зарубіжних учених, таких як Іваницька Т.Є., Крикавський Є.В., Лінькова О.Ю., Омельченко В.Я., Пономаренко В.С., Савіна Н.Б., Струтинська І.І., Трідід О.М., Хендфілд Р.Б., Якименко Н.В. та ін.

Практична значущість дослідження полягає у виявленні основних напрямів удосконалення логістичного процесу на складах підприємства.

Теоретико-методологічною базою для аналізу стали:

- навчальна та наукова література з менеджменту, маркетингу, логістики та економіки підприємства, адаптована до умов української дійсності;
- статті та публікації в періодичній пресі, що описують досвід різних підприємств щодо вдосконалення маркетингової діяльності.
- локальні нормативні документи, дані статистичної звітності.

Методи дослідження. При виконанні роботи використані такі методи дослідження: аналіз літературних джерел, аналіз рекламних матеріалів, статистичний аналіз.

Структура дослідження. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 88 сторінок, з них основний зміст викладено на 80 сторінках. Робота містить 10 таблиць, 5 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»

Розглядаються основні аспекти рекламного процесу, включаючи основні поняття та підходи до реклами, роль реклами у стратегічному управлінні підприємством і її вплив на споживачів та ринок.

У другому розділі «МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ВКП ІЛОНА-ЛТД» Досліджується комплексний огляд рекламної стратегії та маркетингової діяльності ВКП «ІЛОНА-ЛТД», включаючи загальну характеристику підприємства, аналіз рекламної стратегії, оцінку ефективності маркетингових заходів і аналіз конкурентного середовища.

У третьому розділі «УДОСКОНАЛЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВКП ІЛОНА-ЛТД»

Акцентується на розробці та впровадженні інноваційних підходів у рекламну стратегію підприємства, включаючи новітні технологічні та організаційні рішення, а також підвищення ефективності комунікаційних практик.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного аналізу та покращення ефективності рекламної діяльності на прикладі ВКП "ІЛОНА-ЛТД" можна зробити такі висновки:

У першому розділі дипломної роботи було проведено глибокий аналіз теоретичних аспектів рекламної діяльності підприємства. Результати дослідження підтверджують важливість рекламної стратегії для успішної маркетингової діяльності, спрямованої на просування продукції та формування позитивного іміджу бренду.

У другому розділі було проведено аналіз маркетингової діяльності та конкурентного середовища ВКП "ІЛОНА-ЛТД". Виявлено, що рекламна стратегія підприємства базується на обмеженому бюджеті та застарілих підходах до реклами, що може обмежувати досягнення більшого аудиторного охоплення та зростання свідомості бренду. Показники ROI також свідчать про неефективність поточних рекламних стратегій, оскільки витрати перевищують прибуток від продажів.

Третій розділ проаналізував можливості впровадження інноваційних підходів у рекламну стратегію для підприємства "ІЛОНА-ЛТД", що спеціалізується на виробництві порожнистого скла. Рекомендується інтегрувати різноманітні інструменти та канали комунікації для створення синергетичного ефекту, який сприятиме залученню уваги аудиторії та підвищенню зацікавленості.

Узагальнюючи, підвищення ефективності рекламної стратегії та комунікаційних практик на підприємстві "ІЛОНА-ЛТД" вимагає комплексного підходу, вдосконалення інструментів та постійного оновлення стратегій у відповідності з ринковими тенденціями та вимогами клієнтів. Тільки таким чином підприємство зможе зберегти свою конкурентну перевагу та успішно конкурувати на ринку в майбутньому.