

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 075 «Маркетинг»
(шифр та найменування спеціальності)

за освітньою програмою «Маркетинг та міжнародна логістика»
(назва освітньої програми)

на тему: «Аналіз та удосконалення рекламної діяльності підприємства на ринку косметичних товарів (на прикладі ТОВ «Б'юті Груп»)»
(назва теми)

Виконавець:

Студент факультету міжнародної
економіки

**Нездоймінов Валерій
Валерійович**

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Сало Яна Вікторівна

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. Управління рекламною діяльністю є надзвичайно важливим напрямом в економічній науці, оскільки воно вирішує завдання розвитку підприємства та забезпечує споживачів необхідною інформацією. Інтеграція України у світовий економічний простір та глобалізація економічних процесів вимагають нових підходів до реклами. Цей аспект економіки швидко розвивається як на глобальному рівні, так і в Україні, і тому вважається пріоритетним напрямком її розвитку.

Ефективне управління рекламною діяльністю дозволяє підприємствам підвищити свою конкурентоспроможність, збільшити впізнаваність бренду та залучити нових клієнтів. У сучасних умовах ринкової економіки, де конкуренція постійно зростає, реклама стає одним із ключових інструментів для досягнення стратегічних цілей компанії.

Реклама не тільки інформує потенційних споживачів про існування продуктів або послуг, але й формує імідж компанії, впливає на споживчі уподобання та створює емоційний зв'язок з аудиторією. Завдяки сучасним технологіям та методам цифрового маркетингу, підприємства можуть проводити більш цілеспрямовані та персоналізовані рекламні кампанії, що підвищує їх ефективність.

Інтеграція України у світовий економічний простір означає, що українські компанії повинні адаптувати свої рекламні стратегії до міжнародних стандартів та трендів. Це включає використання нових цифрових платформ, соціальних мереж, контент-маркетингу та інших інноваційних методів просування. Крім того, глобалізація економічних процесів вимагає від підприємств врахування культурних та соціальних особливостей різних ринків, що робить рекламну діяльність ще більш складною та водночас цікавою.

Успішна рекламна діяльність сприяє не лише комерційному успіху підприємства, але й економічному зростанню країни в цілому. Вона стимулює попит на товари та послуги, створює нові робочі місця, підтримує розвиток творчих індустрій та сприяє підвищенню якості життя громадян. Таким чином, ефективне управління рекламною діяльністю є ключовим фактором успіху сучасного підприємства, а розвиток цієї галузі в Україні є важливим кроком на шляху до інтеграції у світову економіку та досягнення високих стандартів життя.

Питанням рекламної діяльності підприємства на промисловому ринку, маркетингу продукції науково-технічного призначення присвячено низку робіт національних та іноземних вчених, зокрема І. Артмінової, І. Башинської, Н. Ілляшенко, Ф. Котлера, С. Лаврова, О. Оснач, В. Святненко, А. Томпсона, О. Шубіна, О. Юлдашевої, Г. Яшевої та багатьох інших.

Проведений аналіз наукової літератури свідчить, що розглядання теоретичних і практичних аспектів рекламної діяльності промислового підприємства, її особливостей оцінювання та управління є одним з важливих дискусійних питань. Однак відсутність єдиної точки зору щодо окреслених

наукових теорій вимагає проведення подальшого дослідження особливостей маркетингу промислового підприємства.

Важливість вирішення цих аспектів зумовили вибір теми кваліфікаційної роботи та доводять її актуальність.

Мета та завдання дослідження. Метою дослідження є узагальнення теоретичних і практичних засад рекламної діяльності підприємства та розробка шляхів її удосконалення.

Для досягнення даної мети в ході роботи були поставлені наступні завдання:

- визначити сутність та особливості рекламної діяльності підприємства;
- дослідити методологічні засади оцінювання ефективності реклами промислового підприємства;
- розглянути особливості управління рекламною діяльністю;
- охарактеризувати рекламну діяльність ТОВ «Бьюті груп»;
- дослідити фінансові показники діяльності ТОВ «Бьюті груп»;
- здійснити аналіз внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища підприємства;
- визначити напрямки удосконалення комунікативної політики ТОВ «Бьюті груп»;
- запропонувати напрямки вдосконалення рекламною діяльності.

Об'єктом дослідження є процеси організації рекламної діяльності промислового підприємства ТОВ «Бьюті груп».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та прикладних положень щодо рекламної діяльності ТОВ «Бьюті груп».

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною базою дослідження виступає загальнонауковий діалектичний метод пізнання. В процесі написання кваліфікаційної роботи використовувалися такі методи дослідження, як: абстрактно-логічний (під час узагальнення теоретичних положень промислового маркетингу); метод аналізу рядів динаміки (при дослідженні динаміки показників діяльності підприємства); індексний метод (при оцінці фінансових показників); метод спостереження (під час збору інформації для аналізу); метод зведення та групування (під час аналізу економічної діяльності підприємства); SWOT-аналіз (під час здійснення аналізу внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища підприємства); STEP-аналіз (при аналізі макромаркетингового середовища). Широко були застосовані методи графічного, табличного та схематичного представлення інформації.

Інформаційною базою дослідження виступили фундаментальні наукові публікації вітчизняних і закордонних вчених з питань маркетингу промислових підприємств, національні та іноземні підручники та монографії, наукові статті в періодичних збірниках. Також використана фінансова звітність та документи первинного, аналітичного та синтетичного обліку підприємства. Дослідження проводилося на основі матеріалів ТОВ «Бьюті груп».

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що запропоновані в роботі методи вдосконалення товарної та комунікаційної політики можуть бути використані в діяльності підприємства.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Бібліографічний список нараховує 42 літературні джерела.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»* проаналізовано теоретичні аспекти формування рекламної діяльності підприємства; розглянуто основні чинники, що впливають на формування рекламної діяльності та надано характеристику основних функцій та її складових.

У другому розділі *«Дослідження рекламної діяльності ТОВ «Бьюті Груп»»* проаналізовано сучасний загально-економічний стан підприємства; здійснено аналіз маркетингового середовища організації, проведено STEP-аналіз та SWOT-аналіз; досліджено конкурентне середовище організації та оцінено її конкурентні переваги, надано багатокутник конкурентоспроможності; проаналізовано стан рекламної діяльності підприємства.

У третьому розділі *«Удосконалення рекламної діяльності ТОВ «Бьюті Груп»»* запропоновано практичні рекомендації щодо покращення рекламної діяльності підприємства, запропонованими заходами є найм маркетолога та розробка інтернет магазину офіційної продукції. Розраховано економічний та соціальний ефект від впровадження запропонованих заходів.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного аналізу можна відзначити, що вказані показники відзначаються тенденцією до скорочення. У 2022 році чистий дохід в порівнянні з 2020 роком зменшився на 10,3%. Протягом розглянутого періоду чистий прибуток також демонструє негативну динаміку, скоротившись на 1,5% у 2020 році порівняно з 2020 роком.

В результаті проведеного STEP-аналізу виявлено негативний вплив деяких факторів макросередовища на функціонування підприємства, зокрема політичні, економічні та правові фактори. Серед них особливо важливий є аспект військової агресії, який є найбільш значущим. З іншого боку, фактори соціального, технологічного та екологічного характеру виявляють позитивний вплив на функціонування підприємств галузі. З урахуванням цих висновків, при прийнятті управлінських рішень необхідно враховувати тенденції розвитку галузі та ступінь впливу досліджуваних чинників макросередовища.

За результатами проведеного SWOT-аналізу, серед наявних загроз особливо вслід відмітити активні військові дії на території України. Військові

дії призводять до перебоїв у постачанні сировини, компонентів або готової продукції, що вплине на наявність товарів у магазині.

Для удосконалення рекламної діяльності ТОВ «Бюті Груп» рекомендовано прийняти до штату працівників маркетолога. Річний економічний ефект від запровадження цього заходу складатиме 627920 грн. Робота маркетолога може мати значний соціальний ефект для ТОВ «Бюті Груп»: підвищення рівня обізнаності, покращення взаємодії з клієнтами, соціальна відповідальність, збільшення зайнятості.

Другим заходом, що пропонується, - є активне ведення офіційного веб-сайту та створення онлайн-магазину власної продукції. Прогнозуємо, що річний економічний ефект від запровадження цього заходу складатиме 727000 грн., це захід також матиме соціальну ефективність, яка полягає в економії часу та ресурсів, розвитку цифрової грамотності, розширенні масштабів збуту продукції та – запровадженні інновацій у бізнес-процесах. Таким чином, створення онлайн-магазину має численні соціальні переваги, які сприяють як розвитку самого підприємства, так і покращенню життя споживачів та суспільства в цілому.