

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

Кафедра менеджменту організацій

**РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 Менеджмент
(шифр та найменування спеціальності)**

на тему: **«ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ НА РИНКУ
ЮВЕЛІРНИХ ВИРОБІВ»**
(назва теми)

Виконавець:
студентка факультету менеджменту, обліку та
інформаційних технологій
Агаджанян Ліліт Сашаївна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:
_____старший викладач_____
(науковий ступінь, вчене звання)
Данчева Олена Миколаївна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Нестабільна економічна обстановка в Україні, спричинена численними кризами останніх років і повномасштабною війною, ставить перед підприємствами різних сфер нові цілі та завдання. В умовах економічних труднощів стабільна діяльність організації стає основним завданням для її керівників. Забезпечення стабільності та ефективності функціонування підприємства в сучасних умовах стає неможливим без ефективного процесу просування продукції на ринку.

До початку всесвітньої пандемії COVID-19 дослідження передбачали, що до 2025 року ювелірна промисловість досягне обсягу 480,5 млрд доларів. 2020 рік приніс значні виклики для галузі, включаючи локдаун, який вплинув на глобальні тенденції, закриття тисяч магазинів та відміну торгових виставок і заходів. Це змусило ювелірів проявляти креативність у продажах, демонстрації та реалізації своїх колекцій. Загострення конкуренції також негативно вплинуло на продажі найбільших брендів. Єдиним засобом залишитися на ринку та підвищити продажі є використання сучасних маркетингових стратегій.

Метою даного дослідження є обґрунтування науково-методичних засад та надання практичних рекомендацій для вдосконалення організації процесу просування продукції на ринку ювелірних виробів. З цією метою нами було сформульовано та розглянуто наступні *завдання*:

- визначити сутність процесу просування продукції;
- проаналізувати сучасний стан ювелірної галузі в Україні;
- надати загальну характеристику підприємства, провести аналіз його фінансово-економічної діяльності та маркетингового середовища;
- запропонувати шляхи підвищення ефективності просування ювелірної продукції.

Об'єктом даного дослідження є ТОВ «Агаджанян».

Предметом даного дослідження є процес організації просування продукції на ринку ювелірних виробів.

В роботі використано наступні методи дослідження: методи емпіричного дослідження, такі як спостереження, порівняння, вимірювання, аналіз та синтез інформації, використані для виявлення проблематики дослідження, обґрунтування її теоретичної об'єктивізації; графічні методи використовувалися для обробки статистичних даних фінансового стану компанії.

Інформаційна база дослідження включає теоретичні та практичні розробки вітчизняних та зарубіжних дослідників з теми роботи, звітні документи ТОВ «Агаджанян» за 2021-2023 роки, статистичні та нормативні документи підприємства, а також статистичну звітність.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (__48__ найменувань). Загальний обсяг роботи становить _58_ сторінок. Робота містить _20_ таблиць, __11__ рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі роботи проаналізовано сутність процесу просування продукції, розглянуто сучасні інструменти просування продукції на ринку, визначено вплив використання інформаційних технологій для ефективного просування продукції на ринку.

У другому розділі було проаналізовано фінансово-економічний стан підприємства. Для удосконалення системи просування продукції ми запропонували провести реорганізацію маркетингового відділу на підприємстві, здійснити впровадження нових інформаційних технологій для дослідження ринку, а саме пошукову оптимізацію (Search Engine Optimization, SEO), яка спрямована на підвищення рейтингу веб-сторінки підприємства у пошукових системах, а також для підвищення ефективності оптимізації витрат на просування продукції ТОВ «Агаджанян» в умовах впровадження нових інформаційних технологій для дослідження ринку, ми пропонуємо використовувати лендінг. Розрахунок показників свідчить про те, що

заплановані витрати на створення та просування лендінгу є ефективними, за умови, що компанія досягне зазначених конверсійних показників і середнього доходу на клієнта. Наступною пропозицією для вдосконалення просування продукції та збільшення кількості зацікавлених осіб є оновлення сайту підприємства. Для збільшення кількості звернень, нами запропоновано комплекс заходів для просування оновленого сайту. Витрати на заходи з удосконалення просування продукції ТОВ «Агаджанян» складуть 241696 грн. Маржинальний дохід покриє витрати на запропоновані нами заходи та принесе додатковий дохід 795438 грн. Звідси можна зробити висновок, що запропоновані заходи є ефективними та економічно обґрунтовані.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження ми дійшли до наступних висновків:

1. Аналіз наукових джерел дозволив визначити, що сутність поняття просування продукції полягає в активному взаємодії між виробником і споживачем через різноманітні маркетингові зусилля. Це включає в себе використання реклами, прямого маркетингу, відносин з громадськістю та інших інструментів для створення інформованості, інтересу та бажання споживача придбати товар або скористатися послугою. Головна мета просування - стимулювати попит і забезпечити зростання прибутку підприємства. Процес просування виступає головною формою пристосування підприємства до швидких змін ринку. Це, в свою чергу, спричиняє те, що товаровиробники, задля досягнення найбільших результатів діяльності, безперервно взаємодіють зі своїми цільовими споживачами, вживаючи при цьому різноманітні засоби комплексу просування. До таких сучасних засобів належать: брендинг, Інтернет-маркетинг, франчайзинг, телемаркетинг, мерчендайзинг та інші інноваційні інструменти. Вони також сприяють збільшенню капіталу,

змінюючи при цьому позиціонування бренду та формуючи його імідж у свідомості споживача.

2. Аналіз сучасного стану ювелірної галузі довів, що характеристики вітчизняного ювелірного ринку включають переважання великих виробників і потужних торговельних підприємств, які мають значний потенціал для конкурентної боротьби. Ця ситуація призводить до зменшення загальної кількості суб'єктів господарювання, які працюють на даному ринку. За даними на березень 2022 року, найбільша кількість закритих об'єктів припала на ювелірний сегмент. У категорії Jewellery припинили роботу 1119 точок, що становить 85% галузі. Наразі кількість відкритих ювелірних магазинів – 194, вони в основному працюють на Заході України та у великих містах, які не знаходяться в зоні активних бойових дій.
3. На основі проведеного дослідження фінансово-економічної діяльності ТОВ «Агаджанян» за 2021-2023 роки можна зробити наступні висновки: баланс підприємства є ліквідним, структура балансу задовільна, підприємство платоспроможне та має достатньо ресурсів для погашення поточних зобов'язань. ТОВ «Агаджанян» використовує у своїй роботі широкий комплекс маркетингу, який включає розробку й реалізацію послуг виходячи з вивчення попиту й кон'юнктури ринку, аналіз цін конкурентів, організацію збуту та рекламу. Проте маркетинговий комплекс компанії має і свої недоліки, а саме має недостатній рівень інвестування в інтернет маркетинг та новітні технології просування продукції на ринок. Ці моменти потребують розробки відповідних рекомендацій для покращення діяльності досліджуваного підприємства.
4. Для удосконалення системи просування продукції ми запропонували провести реорганізацію маркетингового відділу на підприємстві, здійснити впровадження нових інформаційних технологій для дослідження ринку, а саме пошукову оптимізацію (Search Engine

Optimization, SEO), яка спрямована на підвищення рейтингу веб-сторінки підприємства у пошукових системах, а також для підвищення ефективності оптимізації витрат на просування продукції ТОВ «Агаджанян» в умовах впровадження нових інформаційних технологій для дослідження ринку, ми пропонуємо використовувати лендінг. Розрахунок показників свідчить про те, що заплановані витрати на створення та просування лендінгу є ефективними, за умови, що компанія досягне зазначених конверсійних показників і середнього доходу на клієнта. Наступною пропозицією для вдосконалення просування продукції та збільшення кількості зацікавлених осіб є оновлення сайту підприємства. Для збільшення кількості звернень, нами запропоновано комплекс заходів для просування оновленого сайту. Витрати на заходи з удосконалення просування продукції ТОВ «Агаджанян» складуть 241696 грн. Маржинальний дохід покриє витрати на запропоновані нами заходи та принесе додатковий дохід 795438 грн. Звідси можна зробити висновок, що запропоновані заходи є ефективними та економічно обґрунтовані.