

**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
(назва освітньої програми)

на тему: «**Сталий розвиток та етичні практики в індустрії моди:
дослідження споживчого ставлення та намірів купувати на прикладі LM
STUDIO GmbH**»
(назва теми)

Виконавець:

студент 45 М групи

ФМЕ

Трубникова Валерія Віталіївна

/підпис/

Науковий керівник:

д.е.н., професор

(науковий ступінь, вчене звання)

Познанська Інна Володимирівна

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Сучасна індустрія моди знаходиться перед викликами, пов'язаними зі сталим розвитком та етичними практиками. Споживачі стають все більш свідомими і вимогливими, виражаючи занепокоєння щодо соціальних і екологічних наслідків, пов'язаних з виробництвом одягу та аксесуарів. У цьому контексті дослідження споживчого ставлення та намірів купувати стає особливо актуальним.

Предмет дослідження – специфіка роботи ювелірного бренду «LM STUDIO». Об'єкт дослідження – ювелірний бренд у Берліні «LM STUDIO».

Мета дослідження. Дослідження споживчого ставлення та намірів купувати в індустрії моди з урахуванням сталого розвитку та етичних практик з метою подальшої розробки заходів щодо її покращення.

Завдання дослідження:

1. Дослідити теоретичні аспекти основ реалізації сталого розвитку та етичних практик в індустрії моди;
2. Проаналізувати сталий розвиток та етичні практики LM Studio та використання сучасних практик формування споживчого ставлення, визначити його сильні та слабкі сторони у впровадженні сталої та етичної практики;
3. Проаналізувати комплекс етичних та екологічних практик LM STUDIO, визначити основні проблеми в системі сталого розвитку на етичних практик;
4. Розробити заходи вдосконалення підходів до екологічних та етичних практик LM STUDIO.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є сталий розвиток та процес впровадження етичних практик в індустрії моди.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є науково-практичні питання впровадження сталих та етичних практик в індустрії моди на прикладі LM STUDIO GmbH.

Методи дослідження роботи є застосування діалектичного підходу до аналізу взаємозв'язку та розвитку явищ і процесів. Для досягнення поставленої мети і вирішення завдань кваліфікаційної роботи були використані наступні загальнонаукові методи: абстрактно-логічний метод: використовувався для узагальнення теоретичних положень, визначення сутності економічних понять та формулювання висновків, системний аналіз: застосовувався для SWOT-аналізу ювелірного бренду LM STUDIO GmbH, графічний метод: використовувався для наочного представлення статистичних даних, табличний та групувальний методи: застосовувалися під час аналізу діяльності ювелірного бренду LM STUDIO GmbH, конструктивний та експериментальний методи: використовувалися для оцінки результатів запропонованих заходів щодо поліпшення інтернет-маркетингу ювелірного бренду LM STUDIO GmbH.

Інформаційна база. Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять наукові праці з названої проблеми вітчизняних та зарубіжних

вчених, довідково-інформаційні видання, дані статистичної звітності готельного ювелірних брендів.

Не зважаючи на наявність публікацій, присвячених сталому розвитку та етичним практикам, досить мало уваги приділено застосуванню елементів сталого розвитку для ювелірних брендів.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання результатів дослідження для удосконалення діяльності готельної мережі ювелірного бренду LM STUDIO GmbH.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (41 найменувань). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 68 сторінок комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 62 сторінках. Робота містить 6 таблиць, 7 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА ЕТИЧНИХ ПРАКТИК В ІНДУСТРІЇ МОДИ**» теоретичні аспекти основ реалізації сталого розвитку та етичних практик в індустрії моди.

У другому розділі «**АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ LM STUDIO GMBH ТА ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ПРАКТИК ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧОГО СТАВЛЕННЯ**» проаналізовано сталий розвиток та етичні практики LM Studio та використання сучасних практик формування споживчого ставлення, визначено його сильні та слабкі сторони у впровадженні сталої та етичної практики.

У третьому розділі «**РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ЕКОЛОГІЧНИХ ТА ЕТИЧНИХ ПРАКТИК LM STUDIO**» розроблено заходи вдосконалення підходів до екологічних та етичних практик LM STUDIO.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

Споживачі все більше підтримують компанії, які виявляють стійкі та етичні практики. Прийняття таких практик може стати конкурентною перевагою для компаній, допомагаючи привернути більше споживачів, які активно підтримують ці цінності.

Використання сталих та етичних практик також стимулює інновації в індустрії моди. Компанії розробляють нові екологічно безпечні матеріали, процеси та продукти, що відповідають вимогам споживачів. Це сприяє розвитку модного ринку та створює нові можливості для компаній.

В другому розділі проаналізовано сталий розвиток та етичні практики LM Studio та використання сучасних практик формування споживчого ставлення, визначено його сильні та слабкі сторони у впровадженні сталої та

етичної практики. Загалом, Організаційна структура компанії сприяє ефективності, спеціалізації та високій якості продукції. Вона підтримує гармонійну співпрацю між відділами та допомагає досягати поставлених цілей. Компанія має потужну команду, що об'єднує технічну експертизу, творчість, маркетинговий аналіз та операційну ефективність.

LM STUDIO показує фінансову стабільність та успішність бізнесу, збільшуючи доходи, управляючи витратами та залучаючи більше клієнтів. Вони також зосереджуються на поліпшенні клієнтського досвіду та збільшенні повторних продажів.

Щодо SWOT-аналізу, LM STUDIO може стикатися з конкуренцією, але їхнє зосередження на екологічності, персоналізації, етичному виробництві та контролі якості допомагає їм виділитися серед конкурентів та зайняти унікальну нішу на ринку.

В третьому розділі розроблено заходи вдосконалення підходів до екологічних та етичних практик LM STUDIO, а саме:

1. Розробка імплементаційного плану, який передбачає чіткі кроки, відповідальних осіб та часові рамки для впровадження рекомендацій. Це дозволить компанії систематично та структуровано підходити до змін у своїх практиках.
2. Створення внутрішньої команди є ще одним важливим кроком. Ця команда буде відповідальна за координацію зусиль з усіма відділами компанії та забезпечить ефективну комунікацію та співпрацю. Це сприятиме реалізації рекомендацій та досягненню поставлених цілей.
3. Навчання та освіта співробітників щодо екологічних та етичних практик відіграють важливу роль у процесі вдосконалення. Проведення тренінгів, семінарів та інших форм навчання допомагає підвищити усвідомленість та розуміння важливості стійких та етичних практик серед співробітників.
4. Стеження та оцінка є необхідними етапами впровадження рекомендацій. Встановлення механізмів моніторингу ключових показників продуктивності, витрат, впливу на навколишнє середовище дозволяє оцінити ефективність стратегій та виявити області для поліпшення.
5. Впровадження рекомендацій з екологічних та етичних практик має потенційні результати, такі як зниження негативного впливу на довкілля, покращення репутації бренду, збільшення ринкової конкурентоспроможності, покращення співпраці зі стейкхолдерами та стимулювання інновацій.