

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

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

**Реферат
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 075 Маркетинг
за освітньою програмою
Маркетинг**

на тему: «Використання маркетингових досліджень в діяльності підприємств (з урахуванням ринку функціонування)»

Виконавець:

Студент ЦЗФН

Рімаренко Микита Сергійович

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Жарська Ірина Олександрівна

Одеса – 2023

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Сучасна економіка характеризується взаємодією трьох її основних суб'єктів: виробника, споживача і держави. Кожен з цих учасників економічних процесів має певні цілі, відповідно до яких і будує свою діяльність. В умовах ринку для успішної роботи його суб'єктів особливе значення мають глибокі знання ринку і вміння вміло застосовувати інструменти впливу на ситуацію, що розвивається на ньому. Переваги отримують ті фірми і компанії, які краще за інших знають потреби цільових споживачів і виробляють товари, здатні їх задовольнити. Дослідження ринку дозволяє фірмам підвищити свої знання про маркетингові проблеми, з якими вони стикаються, тобто зменшити невизначеність при прийнятті маркетингових рішень.

Основною метою маркетингових досліджень є прагнення дати адекватну характеристику ринкових процесів і явищ, відобразити положення і можливості фірми на ринку. Маркетинговим дослідженням піддаються ринок, конкуренти, споживачі, продукція, маркетингове середовище, ціна товару, просування товару. Результати маркетингових досліджень використовуються при виборі і реалізації маркетингових стратегій і тактик.

Сукупність наведених обставин і визначає актуальність обраної теми кваліфікаційної роботи.

Метою кваліфікаційної роботи є проведення маркетингового дослідження маркетингового середовища ТОВ «ЛОРЕАЛЬ УКРАЇНА» і розробка рекомендацій для покращення його позицій на ринку. Для досягнення цієї мети будуть використані різноманітні методи дослідження, включаючи аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, вивчення тенденцій ринку, аналіз конкурентів, а також оцінка поточного стану підприємства.

Виконання вищеописаної мети вимагає виконання таких **завдань**:

1. Вивчення теоретичних проведення маркетингових досліджень та їх специфіки на ринку косметичних засобів;
2. Надати загальну характеристику діяльності ТОВ «ЛОРЕАЛЬ УКРАЇНА»;
3. Проаналізувати маркетингове середовище компанії;
4. Дослідити комплекс маркетингу ТОВ «ЛОРЕАЛЬ УКРАЇНА», а також розглянути сучасні інструменти маркетингових комунікацій;
5. Провести маркетингове дослідження ефективності комунікаційних заходів ТОВ «ЛОРЕАЛЬ УКРАЇНА»;
6. Визначити та розробити напрямки просування ТОВ «ЛОРЕАЛЬ УКРАЇНА» на ринку косметичних засобів;
7. Розробити рекламну кампанію на прикладі просування сезонного продукту сонцезахистна серія ТМ L'Oreal через соціальні мережі.

Предметом дослідження є використання маркетингових досліджень для підвищення конкурентоспроможності підприємства шляхом аналізу його діяльності, виявлення сильних та слабких сторін, а також розробка конкретних рекомендацій для посилення ринкових позицій компанії.

Методологічною основою роботи є порівняння, розрахунково-аналітичний метод, системний метод, метод прогнозування, аналіз фінансової звітності,

графічного представлення результатів та порівняння.

Інформаційною базою дослідження є офіційна фінансова звітність компанії ТОВ «ЛОРЕАЛЬ УКРАЇНА», наукові дослідження вітчизняних та зарубіжних авторів, наукові статті та Інтернет-джерела.

Практичне значення отриманих результатів: за результатами написання кваліфікаційної роботи очікується, що запропоновані заходи для ТОВ «ЛОРЕАЛЬ УКРАЇНА» призведуть до зміцнення положення компанії на ринку косметичних засобів.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків та списку використаних джерел. Зміст роботи представлений на 84 сторінках комп'ютерного тексту. Кваліфікаційна робота містить 10 таблиць та 2 рисунка.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ»** охарактеризовано сутність завдання, об'єкти та основні напрямки маркетингових досліджень в сучасних умовах господарювання, розглянуто основні етапи проведення маркетингових досліджень та зміст кожного з них, визначено специфіку маркетингових досліджень на ринку косметичних засобів.

У другому розділі **«АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЛОРЕАЛЬ УКРАЇНА»»** надано техніко-економічну характеристику ТОВ «ЛОРЕАЛЬ УКРАЇНА»; проаналізовано маркетингове середовище ТОВ «ЛОРЕАЛЬ УКРАЇНА»; досліджено особливості управління складовими комплексу маркетингу ТОВ «ЛОРЕАЛЬ УКРАЇНА»

У третьому розділі **«РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИКОРИСТАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ»** надано пропозиції з просування на ринку косметичних засобів для підприємства ТОВ «ЛОРЕАЛЬ УКРАЇНА»; проведено маркетингове дослідження потенційних споживачів косметичних засобів за допомогою он-лайн опитування і за його результатами розроблено рекламну кампанію на прикладі просування сезонного продукту сонцезахистна серія ТМ L'Oreal через соціальні мережі.