

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
за освітньою програмою «Маркетинг та міжнародна логістика»
на тему: «Удосконалення маркетингових комунікацій підприємства ФОП
Поліщук Владислав Вікторович»

Виконавець:

студентка 4 курсу факультету міжнародної економіки

Сердюк Анна Олександрівна



підпис

Науковий керівник:

к.ф.н., доц. каф. МтаМЛ

Бондаренко Олена Михайлівна

підпис

Одеса – 2024

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Зростаюча економічна нестабільність змушує споживачів шукати економічніші варіанти покупки електроніки. Усвідомлення екологічних питань спонукає людей шукати більш екологічно чисті варіанти споживання. Швидкий технологічний розвиток призводить до швидкої застарілості нової техніки, роблячи вживану техніку привабливішою альтернативою. У зв'язку з цим, удосконалення маркетингових комунікацій у сфері вживаної техніки стає критично важливим для підприємств, що продають ці товари.

Актуальність обраної теми - «Удосконалення маркетингових комунікацій підприємства ФОП Поліщук Владислав Вікторович», обумовлена необхідністю удосконалення маркетингових комунікацій підприємства ФОП Поліщук Владислава Вікторовича. Зі зростанням популярності та попиту на вживану техніку стає важливим розробка ефективних стратегій маркетингу для збереження конкурентоспроможності на ринку та привертання клієнтів. Багато споживачів шукають альтернативи новій техніці через більш доступні ціни та екологічність, що робить актуальним вдосконалення комунікаційних стратегій підприємства. Таке дослідження є важливим для вирішення викликів та підвищення конкурентоспроможності підприємства ФОП Поліщук Владислава Вікторовича на ринку вживаної техніки.

Метою дипломної роботи є удосконалення маркетингових комунікацій підприємства ФОП Поліщук В. В. Для досягнення цієї мети необхідно вирішити такі **завдання**:

- розглянути поняття та види маркетингових комунікацій;
- порівняти класичні та сучасні інноваційні маркетингові комунікації;
 - проаналізувати маркетингові комунікації основних конкурентів підприємства ФОП Поліщук В.В;
- проаналізувати маркетингові комунікації підприємства ФОП Поліщук В;
- розробити пропозиції щодо удосконалення маркетингових комунікацій підприємства ФОП Поліщук В. В.

Об'єкт дослідження – маркетингові комунікації підприємства ФОП Поліщук В. В.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних, методичних та прикладних заходів, щодо удосконалення маркетингових комунікацій підприємства ФОП Поліщук В. В.

Методи дослідження аналіз літературних джерел та наукових публікацій з питань маркетингу та комунікацій, експериментальні методи для тестування нових маркетингових стратегій та комунікаційних кампаній, а також вивчення конкурентного середовища та аналізу даних з цифрових медіа-платформ, SWOT-аналіз для визначення сильних та слабких сторін підприємства, а також можливостей та загроз внутрішнього та зовнішнього середовищ.

Інформаційна база дослідження законодавчі і нормативні акти з питань діяльності підприємств, дані офіційних статистичних джерел, періодична література з маркетингу, інтернет сторінки, соціальні мережі.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (46 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 88 сторінок. Основний зміст викладено на 77 сторінках. Робота містить 20 таблиць, 23 рисунка.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ»** охарактеризовано сутність та функції маркетингових комунікацій в сучасних умовах у підприємницькій діяльності, визначено роль маркетингових комунікацій в Інтернеті, надано характеристику основних інструментів комунікацій та стратегій сучасних маркетингових комунікацій.

У другому розділі **«АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ФОП ПОЛІЩУК В. В.»** надано характеристику діяльності підприємства ФОП Поліщук В. В.; проаналізовано конкурентів підприємства ФОП Поліщук В.В.; проаналізовано маркетингові комунікації підприємства ФОП Поліщук В.В.

У третьому розділі **«ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА ФОП ПОЛІЩУК В. В.»** надано пропозиції з удосконалення стратегій SMM в комплексі маркетингових комунікацій підприємства ФОП Поліщук В.В.; розроблено рекомендації щодо удосконалення комунікацій підприємства ФОП Поліщук В.В.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Зростаюча економічна нестабільність та усвідомлення екологічних питань спонукають споживачів шукати економічніші та екологічно чистіші варіанти покупки електроніки. Швидкий технологічний розвиток призводить до швидкої застарілості нової техніки, роблячи вживану техніку привабливішою альтернативою. У зв'язку з цим, удосконалення маркетингових комунікацій у сфері вживаної техніки стає критично важливим для підприємств, що продають ці товари.

2. У процесі виконання дипломної роботи було проведено аналіз поняття та видів маркетингових комунікацій, що дозволило отримати глибоке розуміння їх сутності та ролі у сучасному бізнес-середовищі. Порівняння класичних та інноваційних маркетингових комунікацій дозволило виявити переваги та недоліки кожного типу та визначити їхню релевантність для підприємства ФОП Поліщук В. В.

Аналіз маркетингових комунікацій основних конкурентів підприємства дав можливість зрозуміти їхні стратегії та підходи, а також визначити проблемні аспекти, на які слід звернути увагу для підвищення конкурентоспроможності.

Аналіз маркетингових комунікацій самого підприємства дозволив ідентифікувати його сильні та слабкі сторони, виявити можливості для поліпшення та визначити напрямки подальших дій.

На основі проведеного аналізу та враховуючи встановлені проблеми та потреби, були розроблені конкретні пропозиції щодо удосконалення маркетингових комунікацій підприємства ФОП Поліщук В. В., які спрямовані на підвищення ефективності комунікаційної стратегії та підвищення його конкурентоспроможності на ринку.

3. В ході дослідження було проведено аналіз активності провідних конкурентів обраного підприємства («Моя техніка», «CHIP CHIP», «NavarUS», «LТор», «Ютехнікс»), в результаті чого були виявлені їх слабкі сторони та визначені прогалини у діяльності інтернет-магазину. Засновуючись на конкурентному аналізі, були розроблені рекомендації щодо удосконалення маркетингових комунікацій підприємства у сфері інтернет-бізнесу. Для забезпечення впровадження цих рекомендацій був складений медіа-план та сформований бюджет на їх реалізацію.

4. Підприємство ФОП Поліщук В.В. вже активно використовує соціальні мережі для просування своїх товарів, що приносить прибуток. Однак, якщо обмежуватись лише існуючими каналами, досягнення мети стати однією з найкращих платформ з продажу б/в техніки може зайняти багато часу. Проте, розширення присутності в інших соціальних мережах та створення нового, цікавого контенту, якого немає у конкурентів, з вигідними цінами, може зробити компанію найуспішнішим інтернет-магазином в Україні.