

АНАЛІЗ НЕДОЛІКІВ ТА МОЖЛИВОСТЕЙ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АЛЬФА-ІНТЕНСИВ СТАРТ»

Лелека Ольга Олександрівна

асистент кафедри маркетингу

Національного університету харчових технологій, Київ, Україна

Шиліна Вікторія Юріївна

студентка IV курсу кафедри маркетингу

Національного університету харчових технологій, Київ, Україна

Стрімкий розвиток технологій, сучасні проблеми, такі як світова пандемія, війна, тощо, вимагають від підприємств нових рішень. Аби підприємство тримало себе в конкурентній позиції – варто удосконалювати механізм маркетингу на підприємстві.

Було використано метод аналізу та узагальнення інформації, представленої в монографіях, статтях таких вчених: Бойчук І. В., Карпенко Н. В., тощо. та інформації стосовно роботи підприємства.

ТОВ «Альфа-Інтенсив Старт» є центром вивчення німецької мови в Україні, офіс яких розташований у Києві. Підприємство працює на ринку послуг в розрізі освіти [3].

ТОВ «Альфа-Інтенсив Старт» присутній на платформах соціальних мереж: Facebook, Instagram, а також на YouTube і зокрема має свій офіційний сайт в інтернеті. Проте підприємство не використовує свій потенціал у повному розмірі. При аналізі маркетингової діяльності підприємства було визначено наступні недоліки та можливості, згідно яких було розроблено пропозиції для покращення ефективності маркетингової діяльності підприємства (табл. 1) [1, 2, 4, 5].

Таблиця 1 -Аналіз маркетингової діяльності ТОВ «Альфа-Інтенсив Старт»

Недоліки	Веб-сайт підприємства не адаптовано під мобільну версію
	Не зручно організовано процес онлайн-навчання – відсутня онлайн-платформа
	Соціальні мережі не розвинуті
Можливості	Опанована практика роботи з групами завдяки програмі «Zoom»
	Наявність вже оформленого сайту, сторінок в соціальних мережах
	Партнерство з видавництвом онлайн книжок

Рекомендації	Адаптувати основний Веб-сайт для мобільних телефонів
	Створення онлайн-платформи для більш зручного фідбеку від споживачів, кращої організації зручностей проведення занять та комунікації
	Покращення оформлення сторінок в соціальних мережах, створення системи публікацій, проведення ефірів за безпосередньої участі викладачів, які можуть та хочуть вести блогерське життя
	Регулярний запуск таргетованої реклами

Вплив Інтернету на функціонування підприємств викликав потребу врахування особливостей застосування сучасних мережових технологій у реалізації маркетингових стратегій до просування товарів і послуг, пошуку корисної інформації, потенційних клієнтів і ділових партнерів, розширення ринків збуту, забезпечення результативності рекламним кампаніям, а ще до організації ефективної системи зворотного зв'язку із споживачами, що важливо для вдосконалення маркетингової діяльності загалом [1].

Аналіз недоліків та можливостей існуючої маркетингової діяльності ТОВ «Альфа-Інтенсив Старт» показала, що підприємство вже має всі потрібні ресурси для ліквідації представлених недоліків.

Список використаних джерел

1. Бойчук І. В. Трансформація маркетингових стратегій в умовах інтернет-торгівлі. *Підприємництво і торгівля*. 2019 : Вип. 24. С. 37-43
2. Карпенко Н. В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : монографія. Київ: Центр учбової літератури, 2016. С. 252
3. Офіційний сайт ТОВ «Альфа-Інтенсив Старт». URL: <https://alpha-intensiv.com.ua/>
4. Сардак О. В. Інтегрований підхід до визначення змісту персонал–маркетингу підприємств. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування*. Серія «Економіка». 2012. Вип. 4 (52). С. 202 – 209.
5. Халлиган Б. Маркетинг в Інтернеті: как при-влечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов .М. : Диалектика, 2010. 256 с.