

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра журналістики і реклами

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ПРОСУВАННЯ КОНСАЛТИНГОВОЇ КОМПАНІЇ ЗАСОБАМИ РЕКЛАМИ ТА
ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДКІСТЮ**

(за матеріалами ТОВ «КОРУСКАНТ КОНСАЛТИНГ», м. Київ)

Студентки 5 курсу, 1 групи,
спеціальності 061 «Журналістика»
спеціалізації «Реклама і зв'язки
з громадськістю»

Науковий керівник
доктор економічних наук, професор
кафедри журналістики та реклами,

Гарант освітньо-
професійної програми
доктор економічних наук,
професор кафедри
журналістики та реклами

Климчук Антоніни
Вікторівни

Дубовик
Тетяна Віталіївна

Файвіщенко
Діана Сергіївна

Київ 2022

ЗМІСТ

ВСТУП..... 2

РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНА ЗАПІСКА..... 5

1.1. Характеристика конкурентного середовища ТОВ «Корускант Консалтинг»..... 5

1.2. Аналіз зав’язків з громадкістю та рекламної діяльності ТОВ «Корускант Консалтинг»..... 11

РОЗДІЛ 2. ТВОРЧЕ ПРОЕКТУВАННЯ..... 16

2.1. Обґрунтування вибору носіїв реклами та інструментів зав’язків з громадкістю ТОВ «Корускант Консалтинг»..... 16

2.2. Розробка рекламних кампаній та удосконалення звязків з громадкістю ТОВ «Корускант Консалтинг»..... 22

ВИСНОВКИ 28

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 30

ДОДАТКИ..... 31

ВСТУП

Актуальність теми. Консалтингові послуги, що охоплюють дозвіл будь-яких бізнес-питань та оптимізацію в усіх напрямках, з року в рік стають більш ефективними та різноманітними. Інтерес до консалтингових послуг на Українському ринку досить високий. Пояснити це можна трудомісткістю, високою складністю та високою вартістю проведення досліджень фірмою самостійно. Найчастіше дешевше і простіше звернутися до консалтингової компанії. Проте консалтингова діяльність має свої проблеми. Останнім часом надання консалтингових послуг провадиться, зокрема, і аудиторськими компаніями. Пов'язати це можна з високим рівнем конкуренції на ринку фінансових послуг. Світова фінансова криза, звичайно, теж вплинула на його розвиток, проте його роль у консолідації аудиторських та консалтингових функцій у рамках однієї компанії все ж таки мала.

Що являє собою консалтинг? Консалтинг - послуги, консультації в галузі бухгалтерської, експертної, технічної та економічної діяльності, що виконуються консалтинговими компаніями для фірм, виробників, продавців. Консалтингові компанії, як правило, спеціалізуються за галузевим та регіональним принципом.

Чому ж консалтинг поєднався саме з бухгалтерською діяльністю та комерцією? Кожне підприємство має свою специфіку ведення бухгалтерії, і для підприємства рентабельніше звернутись до консалтингової компанії, ніж наймати багато різних спеціалістів. Бухгалтер чи консультант за своєю діяльністю вникає в роботу різних компаній. Звичайно, бухгалтери та консультанти також спеціалізуються за галузями, регіонами та ін., однак у штаті бухгалтерської компанії зазвичай безліч бухгалтерів, що мають різну спеціалізацію. А накопичені в процесі роботи знання цілком логічно використовувати як додаткову сферу діяльності компанії.

Дослідження теоретичних та практичних аспектів розвитку консалтингових послуг в сучасному економічному просторі займає провідне місце в роботах таких зарубіжних і вітчизняних науковців, як: Бондарчук Л., Гарсія С., Жуков В.А., Карпенко О.Ю., Корж Н., Кубр М., Кузнецов Е.А., Літовченко М.В., Осадько О.Ю., Посадський А., Прокопенко І., Соколенко В.А., Сурженко Н.В., Фінагіна О., Шохов А. та інших. Окремим аспектам залучення можливостей консалтингу до розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні присвячені роботи Васильків М.В., Мельник О.В., Сухарського В.С., Фатенюк-Ткачук А.О. та інших науковців.

Метою дипломної роботи є розкриття поняття консалтингової діяльності в Україні, проведення ґрунтовного аналізу організаційно-економічних засад консалтингової діяльності базового підприємства, а також розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності його консалтингової діяльності.

Завдання. Для досягнення поставленої мети в дипломній роботі були виконані наступні завдання:

- розглянуто теоретичні основи консалтингової діяльності;
- розглянуто методичні підходи до формування та оцінки конкурентних переваг на ринку;
- визначено тенденції розвитку ринку консалтингових послуг у сфері комерційної діяльності й керування у сфері бухгалтерського обліку й аудиту та консультування з питань оподаткування;
- оцінено конкурентні переваги ТОВ «Корускант Консалтинг»
- розроблені рекомендації щодо підвищення ефективності консалтингової діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження є діяльність ТОВ «Корускант Консалтинг» на ринку консалтингових послуг у сфері бухгалтерського обліку й аудиту та консультування з питань оподаткування.

Предметом дослідження є формування конкурентних переваг ТОВ «Корускант Консалтинг».

Методи дослідження. В роботі використовувались наступні методи досліджень: історичний; абстрактно-логічний; порівняння; узагальнення; економіко-статистичний; аналогії і систематизації; метод експертного оцінювання; методи прийняття управлінських рішень.

Інформаційною базою дослідження є статистичні дані, звіти та матеріали надані ТОВ «Корускант Консалтинг».

Дипломна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Обсяг дипломної роботи складає 29 сторінок. В роботі представлено 11 рисунків, 4 таблиці і 1 додаток. Список літератури містить 10 використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНА ЗАПИСКА

1.1. Характеристика конкурентного середовища ТОВ «Корусканти Консалтинг»

Конкуренція являє собою механізм суперництва, боротьби ринкових структур за право знайти свого покупця і за можливість продати свій товар на найбільш вигідних умовах, а отже, отримати максимальний прибуток [1].

Конкуренція виконує одну з основних функцій ринкової економіки – змушує виробників враховувати інтереси споживачів товарів і послуг. Саме товари та послуги, в яких зацікавлений споживач, продаються, а інші залишаються незатребуваними і їх виробництво скорочується. Також, конкуренція стимулює розвиток економіки в цілому і окремих працівників [2].

На ринку консалтингових послуг у сфері комерційної діяльності і бухгалтерського обліку конкуруючі компанії контролюють один одного через механізм конкуренції. Саме їх боротьба за споживача призводить до зменшення затрат на проведення діяльності, зниження ціни, покращення якості послуг, стимулює до удосконалення запропонованих послуг і розширення спектру послуг.

Аналізування та оцінювання конкурентів необхідні на всіх стадіях його діяльності та функціонування. Для планування діяльності компанії та розробки її стратегії потрібно визначити рівень конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємства повинна забезпечуватися такими показниками, як висока виробнича ефективність, яка реалізується завдяки сучасному обладнанню, технологіям, кваліфікованими працівниками та здатністю завоювати й тривалий час утримувати стійні позиції на ринку, що забезпечується завдяки ефективному використанню принципів маркетингового управління.

Основними умовами забезпечення конкурентоспроможності є:

- застосування наукових підходів до стратегічного менеджменту;
- забезпечення єдності розвитку техніки, технології, економіки, управління;

- застосування сучасних методів дослідження й розробок (програмно-цільове планування, теорія прийняття рішень тощо);
- розгляд взаємозв'язків функцій управління будь-яким процесом на всіх стадіях життєвого циклу об'єкта;
- формування системи заходів із забезпечення конкурентоспроможності різних об'єктів [3].

ТОВ «Корускант Консалтинг» більше трьох років надає професійне консультування з питань комерційної діяльності й керування у сфері бухгалтерського обліку й аудиту та консультування з питань оподаткування. На підприємстві працює досвідчена команда економістів, менеджерів, бухгалтерів та фінансистів.

ТОВ «Корускант Консалтинг» визначає свою нішу на ринку консалтингових послуг за наступними критеріями:

- послуги для малого та середнього бізнесу;
- КВЕД 70.22 (Консультування з питань комерційної діяльності й керування) та КВЕД 69.20 (Діяльність у сфері бухгалтерського обліку й аудиту; консультування з питань оподаткування);
- орієнтованість на окремий регіон (м. Київ).

Виходячи з вищеперерахованих критерій, основними конкурентами ТОВ «Корускант Консалтинг» на ринку є ТОВ "БУХГАЛТЕРСЬКІ ПОСЛУГИ - ПЕЧЕРСЬК", ТОВ "БЕЛМОНРІ УКРАЇНА" та ТОВ "БІЕКО КОНСАЛТИНГ".

Важливим етапом даного дослідження є виявлення слабких та сильних сторін конкуруючих компаній (табл. 1.1). Згідно проведеного аналізу, результати будуть використовуватись в майбутньому для того, щоб розробити ефективний і раціональний план дій для усунення недоліків і удосконалення компанії. А також розробити стратегію проведення рекламної компанії, яка допоможе компанії вийти на всеукраїнський ринок.

Таблиця 1.1.

**Компаративний аналіз слабких та сильних сторін конкуруючих компаній
(станом на січень 2022р)**

Показники	ТОВ	КОРУСКАНТ КОНСАЛТИНГ			БУХГАЛТЕРСЬКІ ПОСЛУГИ - ПЕЧЕРСЬК			БЕЛМОНРІ УКРАЇНА			БІЕКО КОНСАЛТИНГ		
	Оцінка	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Досвід роботи на ринку			+				+			+	+		
Розмір статутного капіталу			+		+					+		+	
Імідж компанії				+		+				+	+		
Асортимент послуг			+			+		+					+
Рекламна активність			+		+				+			+	
Ціна послуг				+	+					+	+		

Джерело: складено на основі аналітичних даних ТОВ «Корускант Консалтинг».

Як бачимо з вище представленої таблиці, кожна з конкуруючих компаній має свої слабкі та сильні сторони і тримає свої позиції на ринку завдяки окремим перевагам. На основі проведеного дослідження можна скласти карту конкурентних переваг ТОВ «Корускант Консалтинг» (рис. 1.1). Карта конкурентних переваг дає можливість оцінити близьких конкурентів і їхні сильні сторони. З рисунку 1.1 бачимо що основним конкурентом ТОВ «Корускант Консалтинг» є ТОВ «БЕЛМОНРІ Україна», що має більший досвід роботи і сформований професійний

імідж, а також доступні ціни. Як було зазначено обрані компанії для дослідження та розрахунків займаються схожою діяльністю та бачимо, що вони мають непогані результати. Це не дивно адже всі підприємства прагнуть досягти та підтримувати найкращу якість продукції, підвищувати обсяги надання послуг та охопити найбільшу частку ринку.

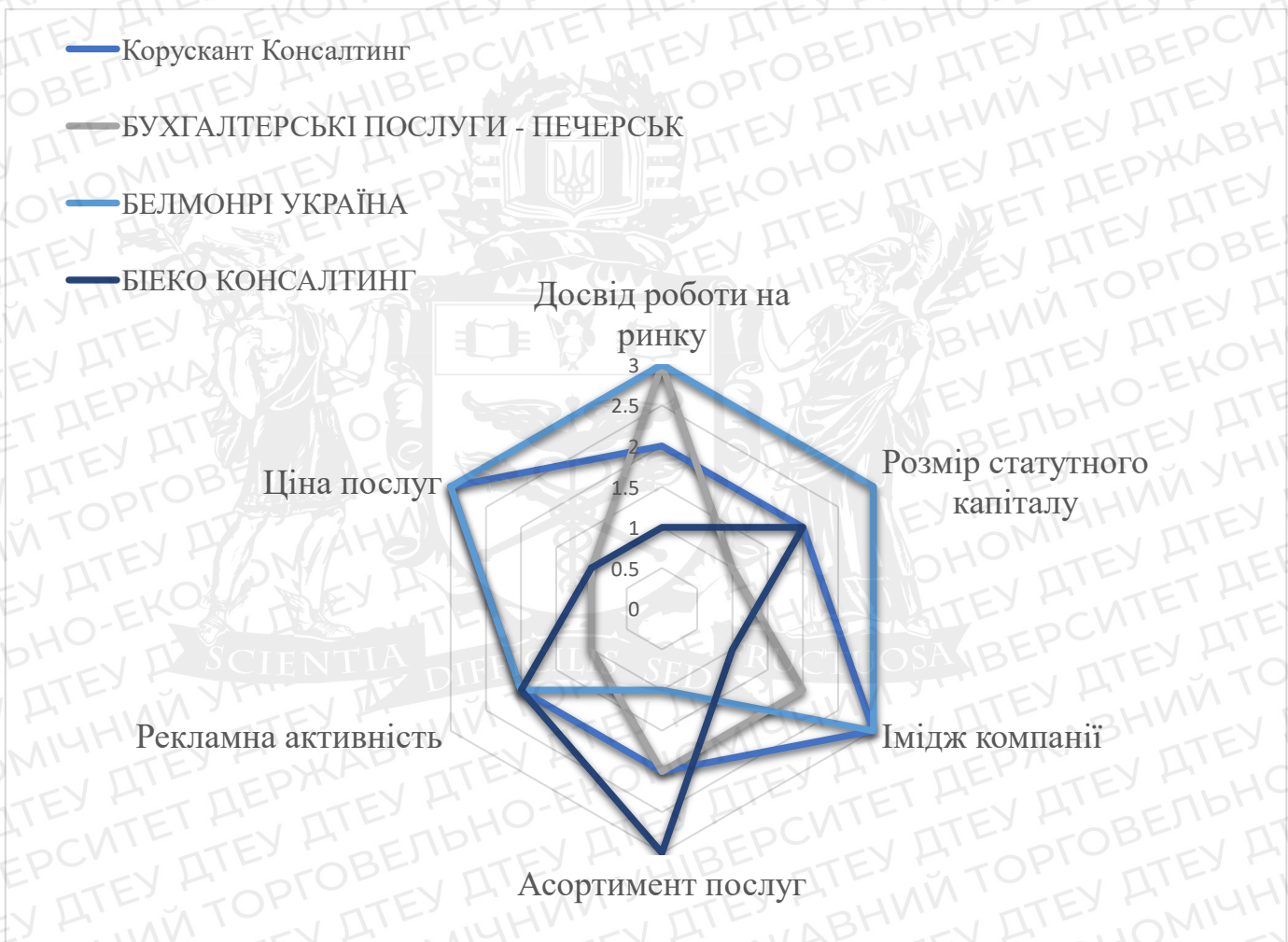


Рис. 1.1 - Карта конкурентних переваг ТОВ «Корускант Консалтинг» на ринку консалтингових послуг в сфері комерційної діяльності й бухгалтерського обліку.

Джерело: складено на основі аналітичних даних ТОВ «Корускант Консалтинг».

Також проведено ситуаційний аналіз діяльності і перспектив розвитку ТОВ «Корускант Консалтинг» на ринку консалтингових послуг (табл. 1.2), який дасть можливість оцінити поточний стан компанії та можливості для розвитку. На основі проведеного аналізу надалі буде надано рекомендації по усуненню або зменшенню

слабких сторін, прописано дії для нівелювання або можливості попередження загроз та надано рекомендації по використанню максимуму можливостей для розвитку компанії.

Таблиця. 1.2.

Ситуаційний аналіз діяльності та перспектив розвитку ТОВ «Корускант Консалтинг» (станом на січень 2022)

Сильні	Слабкі
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Імідж компанії ✓ Має багато постійних клієнтів серед київських компаній ✓ Доступність цін на послуги ✓ Висока якість наданих послуг ✓ Стійкий фінансово-економічний стан ✓ Висококваліфіковані спеціалісти 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Невеликі обсяги наданих послуг ✗ Недостатній досвід роботи на ринку ✗ Недостатньо широкий асортимент послуг ✗ Слабка система стратегічного планування.
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> ↑ Затребуваність консультування у сфері комерційної діяльності й бухгалтерського обліку ↑ Дороге навчання спеціалістів ↑ Ринок, що постійно розвивається ↑ Особливості бухгалтерського обліку і оподаткування в Україні ↑ Постійне збільшення компаній які потребують консультування. 	<ul style="list-style-type: none"> ↓ Технології, що можуть замінити людську діяльність ↓ Високий рівень конкуренції ↓ Ризик порушення конкурентної позиції на ринку

Джерело: складено на основі аналітичних даних ТОВ «Корускант Консалтинг», [6].

Отже, як демонструє профіль конкурентних переваг ТОВ «Корускант Консалтинг», компанії необхідно зміцнити свої позиції на ринку та усунути недоліки. Також в ТОВ «Корускант Консалтинг» є можливості для розвитку і розширення спектру послуг, удосконалення переліку послуг та зміцнення іміджу компанії на ринку. Ефективне та раціональне планування рекламної діяльності та діяльності компанії в цілому допоможе компанії зайняти стійку позицію на всеукраїнському ринку.



1.2. Аналіз зав'язків з громадкістю та рекламної діяльності ТОВ «Корускант Консалтинг»

Для просування консалтингових послуг ТОВ «Корускант Консалтинг» використовує різноманітні методи:

- Реклама. Будь-яка платна форма неособистого представлення та просування ідей чи послуг, яку замовляє та фінансує ТОВ «Корускант Консалтинг»;
- Персональний продаж. Представлення послуги одному або кільком потенційним клієнтам, яке здійснюється в процесі безпосереднього спілкування та має на меті продаж та встановлення тривалих стосунків з клієнтами [4].

Рекламна діяльність ТОВ «Корускант Консалтинг» поєднує в собі такі засоби: директ-мейлінг (он-лайн та оф-лайн), поліграфічну рекламу (візитки, представницька продукція, брошури) та рекламу на спеціалізованих веб-порталах.

Для більш детального аналізу рекламних комунікацій компанії було розглянуто рекламну брошуру ТОВ «Корускант Консалтинг», яка була представлена на iFactor.ua – найбільшому всеукраїнському майданчику бухгалтерських послуг, та на bughalter911.com – сайті №1 для бухгалтерів, аудиторів, податкових консультантів (Додаток 1.1).

Як бачимо з представленого рекламного матеріалу, при створенні рекламного повідомлення компанія акцентує увагу на асортименті послуг і професіоналізмі.

Окрім того, в рекламному повідомленні використано фразу «Хто хоч раз був керівником підприємства...», що одразу зауважує цільову аудиторію, оскільки має на увазі керівників, директорів, управлінців, тобто орієнтацію на малий і середній бізнес. Також на брошурі переважають фірмові кольори компанії, що допомагає краще запам'ятати компанію та підвищити її впізнаваність серед споживачів даних послуг ТОВ «Корускант Консалтинг». В рекламному повідомленні присутній

перелік пакетів послуг, принципи, за якими працює компанія та номер зв'язку з ТОВ «Корускант Консалтинг».

Основною метою реклами ТОВ «Корускант Консалтинг» є:

- Інформування клієнтів;
- Доступно описати переваги;
- Переконати в розумності вибору;
- Акцентувати увагу на якості надання послуг.

До того ж проаналізовано візитні картки компанії (рис. 1.3.). Вони лаконічні, представлені в двох кольорах – білий та чорний, містять коротку інформацію про послуги ТОВ «Корускант Консалтинг» і контактний номер для зв'язку. Цієї інформації достатньо, як для потенційних клієнтів, адже чітко прописана сфера послуг компанії «професійне консультування у сфері бухгалтерського обліку й аудиту та оподаткування», так і для постійних клієнтів.



Рис. 1.3 - Візитні картки ТОВ «Корускант Консалтинг».

Джерело: матеріали надані ТОВ «Корускант Консалтинг»

Рекламування консалтингових послуг ТОВ «Корускант Консалтинг» здійснюється також через директ-мейлінг контактної бази (рис 1.2.).



Хочемо запропонувати Вам професійні послуги нашої компанії:

- Аналіз фінансового стану підприємства
- Усні та письмові консультації з податкового та бухгалтерського обліку
- Ведення і архівація первинної документації
- Відновлення окремих ділянок бухгалтерського обліку та його оптимізація
- Складання і здача бухгалтерської звітності
- Облік господарських операцій в програмі

більше 90% малих і середніх підприємств на Заході і практично кожен приватний підприємець віддають на аутсорсинг бухгалтерський облік. Чекаємо Вас в нашій команді!

Бажаємо Вам успішних угод!

З повагою, команда Корускант Консалтинг.



Рис. 1.2 - Оригінал-макет директ-мейлу ТОВ «Корускант Консалтинг».

Джерело: матеріали надані ТОВ «Корускант Консалтинг»

Вище представлений шаблон онлайн директ-мейлу контактам, які являються потенційними клієнтами чи які цікавились послугами ТОВ «Корускант Консалтинг» раніше, але з певних причин не стали клієнтами.

Для оф-лайн директ-мейлінгу теж використовується вище представлений лист і ще додаються брошури які охоплюють інформацію про удосконалення послуг та нові досягнення компанії, та фірмові сувеніри, візитні картки.

Налагодження стосунків між ТОВ «Корускант Консалтинг» та різноманітними контактними аудиторіями за допомогою створення вигідної для компанії репутації, позитивного «корпоративного іміджу», з одного боку, та усунення чи попередження небажаних чуток, пліток та дій - з іншого.

До головних інструментів зав'язків з громадськістю належать:

- створення репутації консалтингових послуг ТОВ «Корускант Консалтинг»;
- корпоративні комунікації, зустрічі представників компанії зі споживачами та консультування;
- управління публікаціями у різних виданнях (моніторинг інформації, яке позитивно і негативно впливає на діяльність компанії), перевірка доказів авторів, захист власних інтересів, організацій публікацій статей і репортажів;
- видання власних видань, прес-релізів (стислої інформації про діяльність компанії, її нових проектів і продуктів);
- створення фірмового стилю та його популяризація за допомогою сувенірів, блокнотів та ін. (рис. 1.4.).



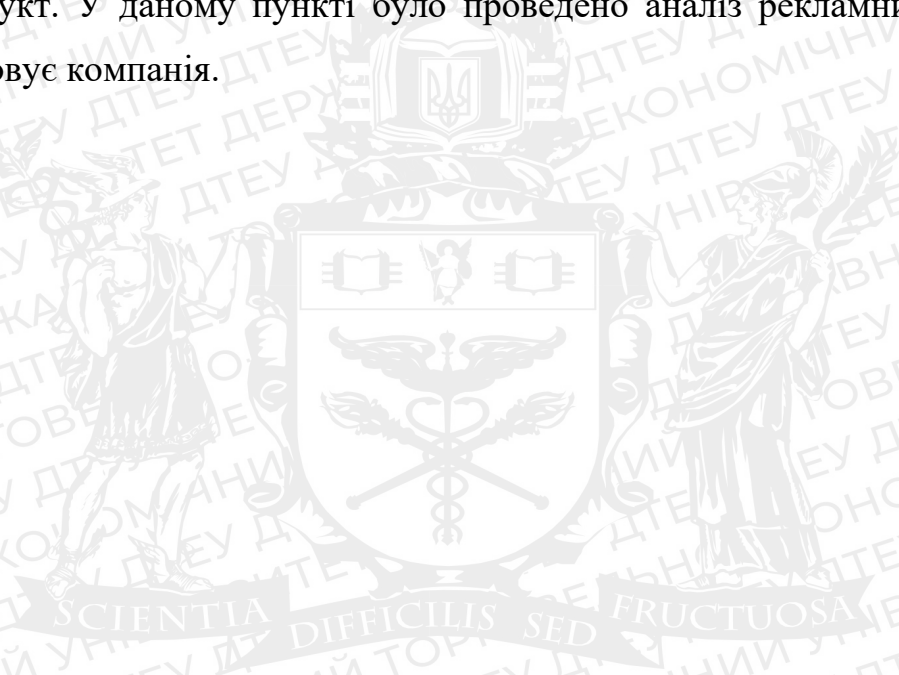
Рис. 1.4 - Фірмовий стиль ТОВ «Корускант Консалтинг».

Джерело: матеріали надані ТОВ «Корускант Консалтинг»

На всіх предметах фірмового стилю зображений логотип компанії, вони якісні та націлені на щоденне використання. Представлені вище предмети

даруються постійним, потенційним та новим клієнтам, а також працівникам компанії на свята, річниці роботи в компанії та за особисті досягнення.

Отож, у рекламній діяльності ТОВ «Корускант Консалтинг» використовуються різні інструменти. Компанія не має яскраво вираженої і чітко створеної рекламної стратегії. Тому ТОВ «Корускант Консалтинг» використовує різні носії для якомога більшого охоплення споживачів послуг та інформування про свій продукт. У даному пункті було проведено аналіз рекламних креативів, які використовує компанія.



РОЗДІЛ 2. ТВОРЧЕ ПРОЕКТУВАННЯ

2.1. Обґрунтування вибору носіїв реклами та інструментів зав'язків з громадкістю ТОВ «Корускант Консалтинг».

Для консалтингового бізнесу критично необхідною є наявність такої реклами, що охоплює найбільшу цільову аудиторію за мінімальних витрат (адже чим дешевше коштуватиме реклама, що залучить найбільше клієнтів, тим більше прибутку отримає компанія).

Проведено аналіз показників діяльності ТОВ «Корускант Консалтинг» за 2019-2021 роки (табл. 2.1)

Таблиця 2.1

Динаміка показників діяльності ТОВ «Корускант Консалтинг»

Критерій	2021	2020	2019
Кількість компаній, яким надає послуги ТОВ «Корускант Консалтинг»	18	18	8
Асортимент пакетів послуг	6	6	3
Кількість працівників	10	12	10

Джерело: матеріали надані ТОВ «Корускант Консалтинг»

Таблиця 2.1 демонструє що з грудня 2019 року по грудень 2020 року компанія активно розвивалась і нарощувала клієнтську базу, розширювала асортимент послуг. З грудня 2020 по грудень 2021 простежується відтік кадрів та незмінність в асортименті послуг та клієнтської бази. Такі показники відображають недостатню ефективність проведення рекламної діяльності.

Важливим чинником в формуванні клієнтської думки про ТОВ «Корускант Консалтинг», є наявність корпоративних правил та цілей, яких дотримуються всі співробітники компанії. До них належать професіоналізм, комплексність та якість послуг. Дотримання корпоративних цінностей, правил поведінки та обмежень у

діяльності працівників дозволяє компанії зберігати високий рівень довіри клієнтів та інших партнерів.

Також у серпні 2020 року було проведено опитування щодо ставлення клієнтів до фірмового стилю компанії, рекламної діяльності, якості надання послуг та загального враження про компанію серед клієнтів ТОВ «Корускант Консалтинг», в якому взяло участь 15 респондентів (рис. 2.1.).

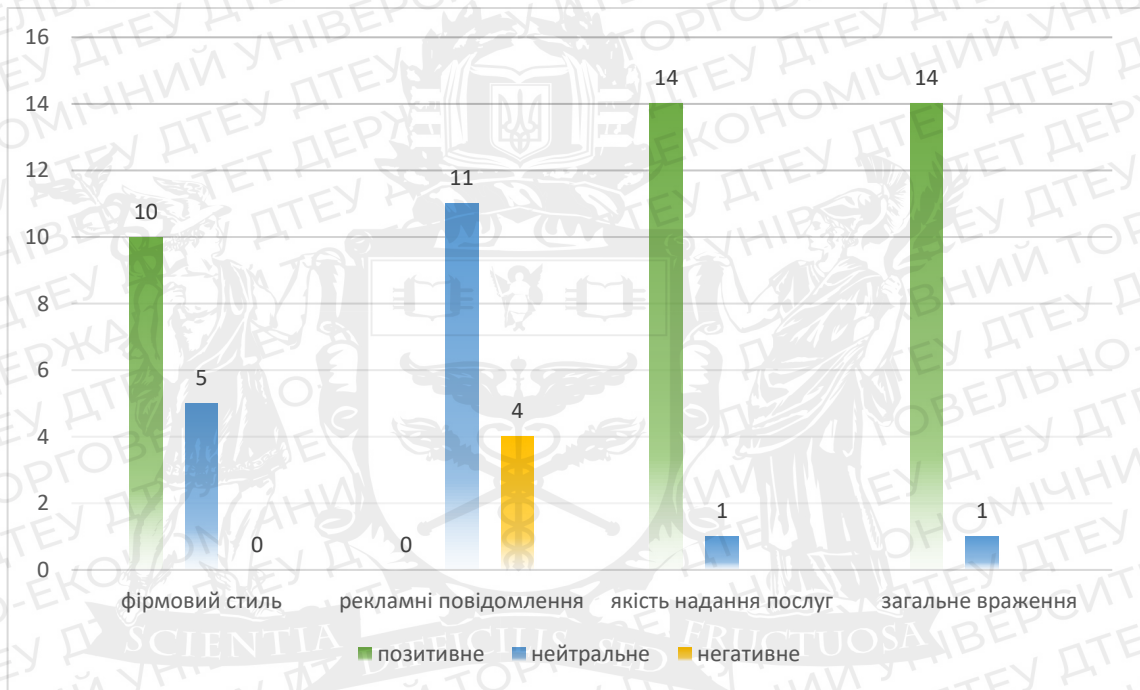


Рис. 2.1 - Ставлення клієнтів ТОВ «Корускант Консалтинг» до діяльності компанії.

Джерело: матеріали надані ТОВ «Корускант Консалтинг»

Як бачимо з вище представленої таблиці негативне враження у клієнтів викликають лише рекламні повідомлення, а фірмовий стиль, якість послуг і загальне враження про компанію справляють позитивне враження. З цього робимо висновок, що ТОВ «Корускант Консалтинг» має великий простір для просування та розроблення нових рекламних стратегій.

До того ж на питання «Чи відповідає ТОВ «Корускант Консалтинг» заявленій рекламі?» 88% респондентів (а саме: клієнти, які користувались послугами компанії

раніше та клієнти, які користуються послугами компанії зараз) відповіли «Так» (рис. 2.2.).

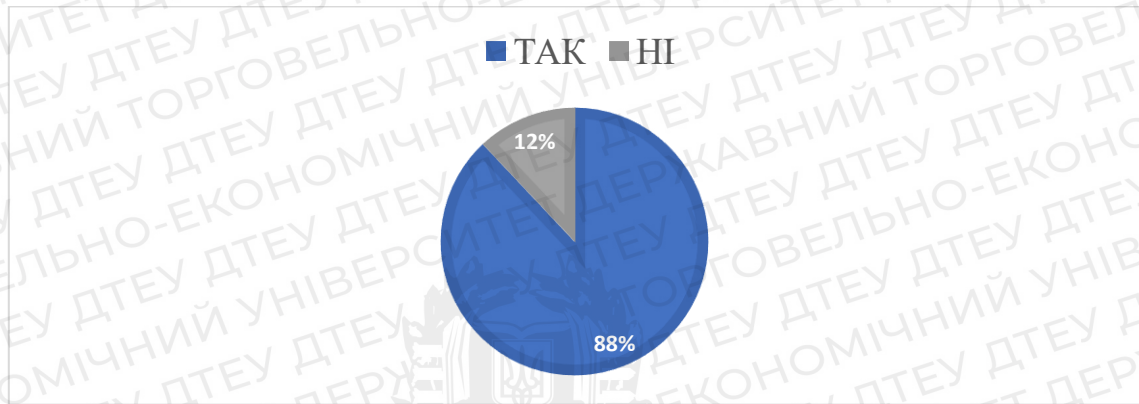


Рис. 2.2 - Розподіл відповідей респондентів на питання «Чи відповідає ТОВ «Корускан Консалтинг» заявленій рекламі?»

Джерело: матеріали надані ТОВ «Корускант Консалтинг»

Дане опитування свідчить, що ТОВ «Корускан Консалтинг» раціонально підходить до створення реклами, і саме тому реклама відповідає всім пунктам, висвітленим в рекламі.

Також було опитано постійних клієнтів ТОВ «Корускант Консалтинг» з приводу того, як вони дізнались про компанію (рис. 2.3).

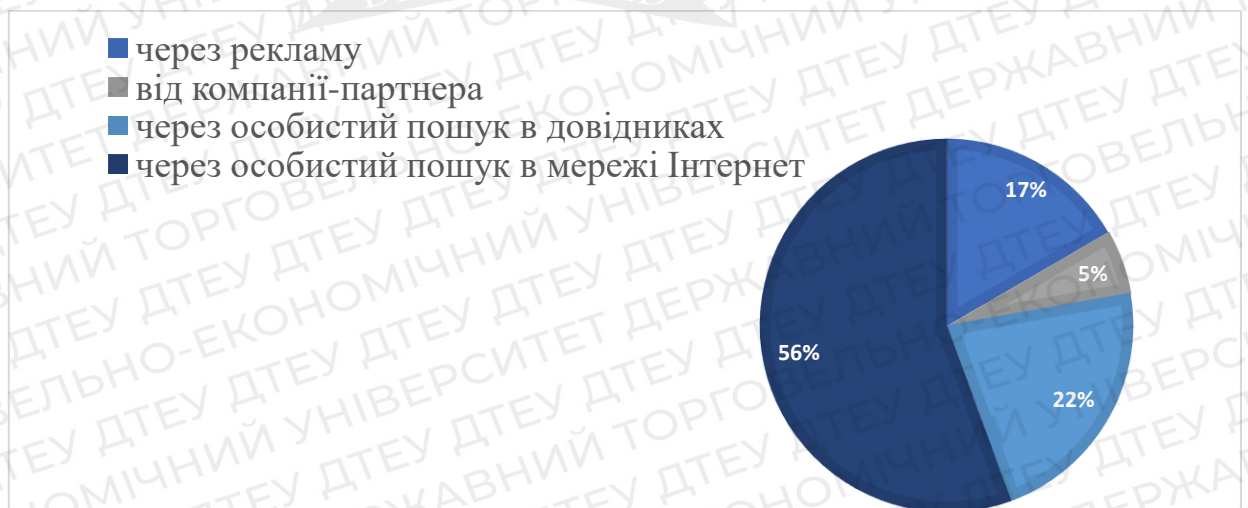


Рис. 2.3 - Відповідь респондентів на питання «Як ви дізнались про ТОВ «Корускант Консалтинг»»

Джерело: матеріали надані ТОВ «Корускант Консалтинг»

Дане опитування допоможе оцінити ефективність існуючої рекламної діяльності. Та розробити рекомендації щодо застосування каналів розповсюдження реклами.

Як бачимо з проведеного опитування, лише 17% респондентів, що становлять 3 компанії, дізнались про ТОВ «Корускант Консалтинг» через рекламу та почали співпрацю. Даний результат свідчить про те, що рекламну компанію потрібно розвивати та вдосконалювати. А рекламні оголошення та креативи запускати частіше.

Також було проведено опитування серед клієнтів ТОВ «Корускант Консалтинг» щодо їх пріоритетного критерію вибору консалтингової компанії (рис. 2.4).

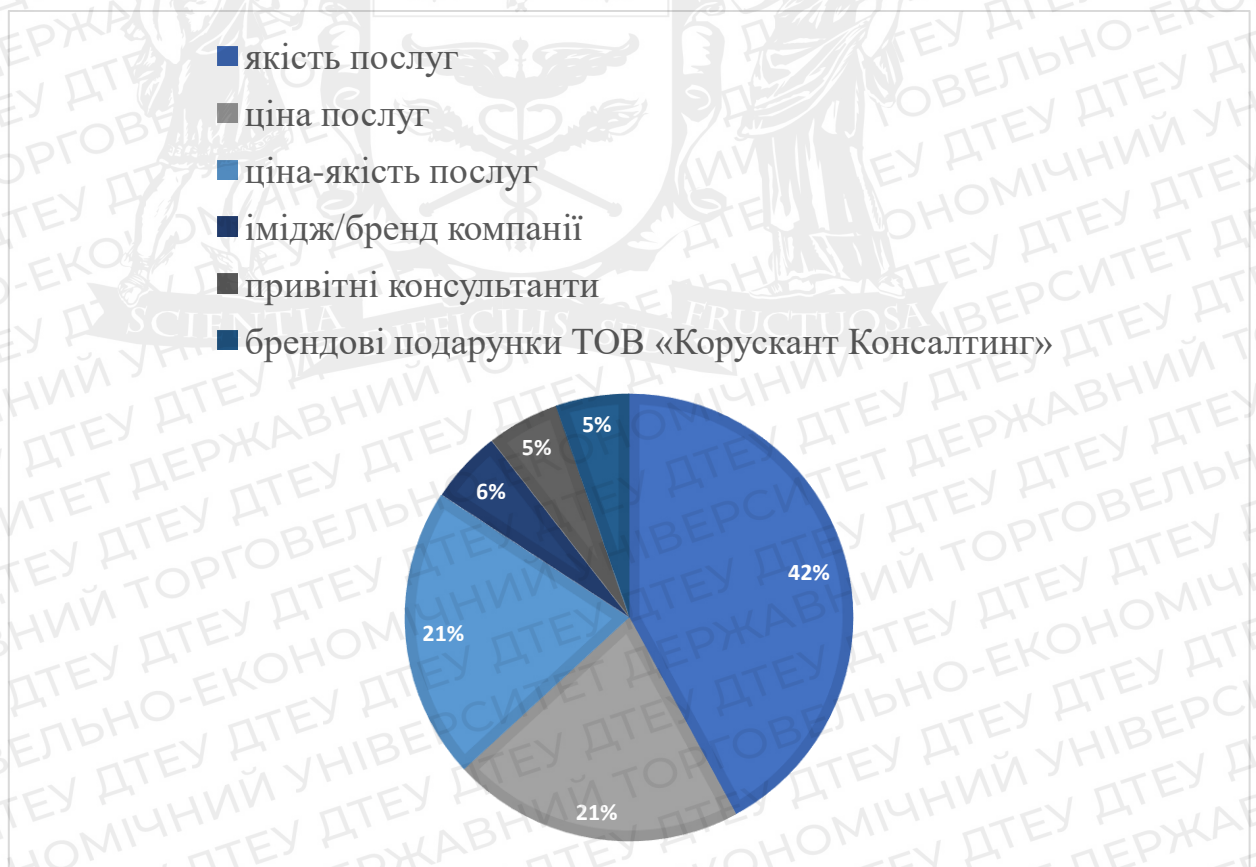


Рис. 2.4 - Пріоритетний критерій вибору ТОВ «Корускант Консалтинг» серед клієнтів

Джерело: матеріали надані ТОВ «Корускант Консалтинг»

Як бачимо з вищепредставленої секторної діаграми 42% клієнтів надають перевагу саме ТОВ «Корускант Консалтинг» через якісні послуги, що є позитивним результатом діяльності. Саме цей фактор можна брати за основу подальшого розвитку рекламної діяльності та компанії в цілому. Імідж та бренд відіграють найменшу роль при виборі ТОВ «Корускант Консалтинг», що свідчить про необхідність ребрендингу або удосконалення та розширення існуючого бренду.

ТОВ «Корускант Консалтинг», то найчастіше використовує рекламування послуг через директ-мейлінг та персональний продаж, а найрідше реклама в мережі Інтернет (рис. 2.5). Вибір таких каналів обґрунтовується вузькою спрямованістю на споживача консалтингових послуг. Адже за допомогою директ-мейлінгу та персонального продажу вдається прорекламувати послуги саме тим споживачам, в яких зацікавлена компанія. Станом на грудень 2021 року такий вибір носіїв реклами є недостатньо ефективним, про що свідчать статистичні та аналітичні дані ТОВ «Корускант Консалтинг».



Рис. 2.5 - Канали розповсюдження реклами ТОВ «Корускант Консалтинг».

Джерело: матеріали надані ТОВ «Корускант Консалтинг»

Отже, підсумовуючи всю проаналізовану інформацію, варто відмітити, що ТОВ «Корускант Консалтинг» має потенціал для розвитку, адже надає якісні пакети послуг і користується довірою у своїх клієнтів. Але компанія проводить малоефективну рекламну діяльність, яка гальмує розвиток і розширення компанії

на всіх етапах і у всіх аспектах діяльності. Методи та канали, які використовує ТОВ «Корускант Консалтинг» для розміщення реклами є недостатніми для просування консалтингових послуг на всеукраїнський ринок. Тому дана компанії потребує формування чіткої рекламної стратегії та створення нових креативів.



2.2. Розробка рекламних кампаній та удосконалення зв'язків з громадкістю ТОВ «Корускант Консалтинг»

Для того, щоб компанія функціонувала ефективно, необхідно проводити постійний моніторинг ефективності всіх етапів і процесів рекламної діяльності для виявлення та усунення проблем і зміцнення слабких сторін.

Сфера консалтингових послуг з консультування у питаннях комерційної діяльності й керування у сфері бухгалтерського обліку й аудиту та консультування з питань оподаткування розрахована на платоспроможну клієнтську аудиторію (малий і середній бізнес, ФОП) передбачає, що клієнт повинен бути добре обізнаний в умах співпраці і в специфіці послуг, адже, варто відмітити, що підписання договору про надання консалтингових послуг не є спонтанним рішенням для клієнта.

Саме тому підприємству необхідно спланувати рекламну діяльність на короткострокову та довгострокову перспективу. Також планування рекламної діяльності дозволить запланувати рівень витрат у цій сфері та розподілити бюджет.

Для ТОВ «Корускант Консалтинг» складено план рекламної діяльності, який допоможе оптимізувати витрати та збільшити такі показники як прибуток, кількість клієнтів та розширення штату спеціалістів. Для цього було проведено аналіз діяльності кампанії за період з грудня 2019 року по грудень 2021 року та проведене опитування серед клієнтів компанії. На основі чого був розроблений план дій компанії по модернізації та розширенню рекламної діяльності.

Деталізоване та якісне планування рекламної діяльності консалтингової компанії є тривалим і ресурсномістким процесом, який умовно складається з п'яти етапів (табл. 2.2.). Процес втілення рекламної компанії охоплює всі етапи і сегменти діяльності підприємства. Саме такий план дій, за словами, Санчи Д.С., директора компанії, є найбільш ефективним для ТОВ «Корускант Консалтинг».

Таблиця 2.2

Етапи планування рекламної діяльності ТОВ «Корусконт Консалтинг»

етап	Назва етапу	Складові етапу	
1	Постановка цілей	1	Визначення мети діяльності ТОВ «Корусконт Консалтинг»
		2	Визначення цілей рекламної діяльності
2	Аналіз	1	Аналіз ринкової ситуації
		2	Аналіз рекламних компаній конкурентів
3	Планування	1	Визначення та аналіз цільової аудиторії
		2	Виділення рекламного бюджету
		3	Вибір каналів та інструментів реклами
		4	Розробка рекламних креативів
4	Реалізація рекламної діяльності	1	Тестування рекламних звернень
		2	Рекламування
5	Контроль і управління рекламною діяльністю	1	Оцінка показників ефективності рекламних кампаній
		2	Коригування

Джерело: матеріали надані ТОВ «Корусконт Консалтинг»

В межах першого етапу було визначено мету діяльності ТОВ «Корусконт Консалтинг» та цілі рекламної діяльності. Метою діяльності компанії є надання якісних та конкурентоспроможних послуг на всеукраїнському ринку консалтингових послуг та збільшення прибутку. Ціллю рекламної діяльності є охоплення більшого числа потенційних клієнтів не лише в Києві, а по всій Україні та зміцнення репутації компанії.

На другому етапі було проведено аналіз зовнішнього макросередовища та проаналізовано рекламну діяльність компаній-конкурентів на ринку. На основі чого частково був перейнятий досвід та підхід до реклами конкурентів та розроблено власну торгову пропозицію, яка буде відрізняти ТОВ «Корускант Консалтинг» від інших компаній.

На третьому етапі необхідно провести аналіз цільової аудиторії, виділити бюджет на рік для проведення рекламної компанії. Також потрібно визначити і обрати основні канали та інструменти реклами. І, оскільки, як показало вищезгадане опитування, клієнти задоволені торговим стилем та стилем оформлення реклами, було прийняте рішення не змінювати концепцію рекламування, а розширити її та вдосконалити.

На четвертому етапі потрібно здійснити тестове рекламування послуг на буферній тестовій групі споживачів, що допоможе виявити всі недоліки рекламного повідомлення та вчасно їх усунути, зрозуміти які засоби, інструменти та рекламні звернення є найбільш вдалим та ефективним. Також на четвертому етапі здійснюється безпосереднє рекламування ТОВ «Корускант Консалтинг».

Після того як попередні чотири етапи успішно втілені, можна переходити до заключного етапу – контролювати рекламну діяльність і, за потреби, вносити корективи. Даний етап дозволяє оцінити показники ефективності рекламних кампаній та зробити висновки на майбутнє.

Для детальнішого планування і кращого розуміння комплексу рекламних заходів ТОВ «Корускант Консалтинг» було окреслено наступні проблемні зони в рекламній діяльності:

- неправильно обрані канали та носії реклами;
- відсутність аналізу при виборі каналів комунікацій при розміщенні рекламних оголошень;
- відсутність чіткого плану рекламних кампаній.

Для вирішення вище окреслених проблем буде запропоновано ряд заходів, що допоможуть збільшити ефективність рекламної діяльності підприємства.

Для покращення і розширення рекламної діяльності було прийняте рішення розширити коло інтернет-платформ для розміщення реклами. А також створити офіційний сайту ТОВ «Корускант Консалтинг», де висвітлити дані про компанію, про послуги та відгуки від споживачів послуг (рис 2.6.).

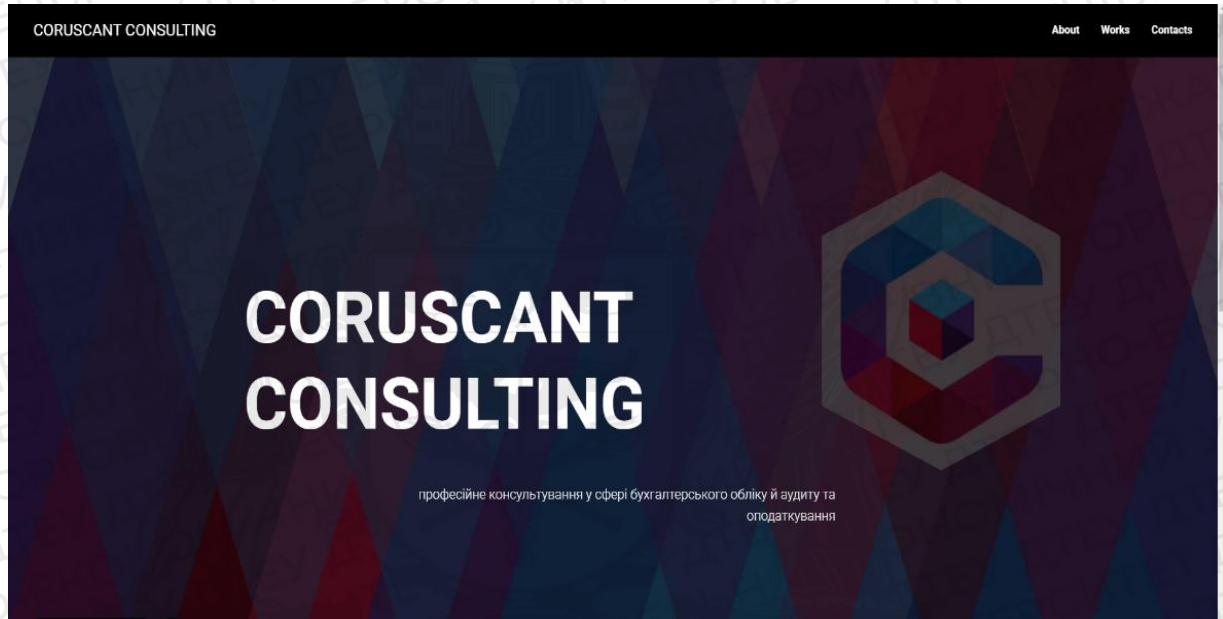


Рис. 2.6 – Зразок офіційного сайту ТОВ «Корускант Консалтинг»

Джерело: розроблено автором самостійно

Також оприлюднювати на сайті останні новини компанії та новини у сфері консультування у питаннях комерційної діяльності й керування у сфері бухгалтерського обліку й аудиту та консультування з питань оподаткування, а відтак сайт буде нести інформаційну функцію. Сайт оформити в корпоративних кольорах та знаках, що забезпечить ідентичність компанії серед інших.

Створити та розвивати сторінки в соціальних мережах Інстаграм та Фейсбук, де можна продемонструвати корпоративну етику працівників компанії, дотримання корпоративних принципів та нові послуги. Сторінки повинні підкреслювати імідж компанії та бути оформлені в корпоративних кольорах (рис. 2.7).

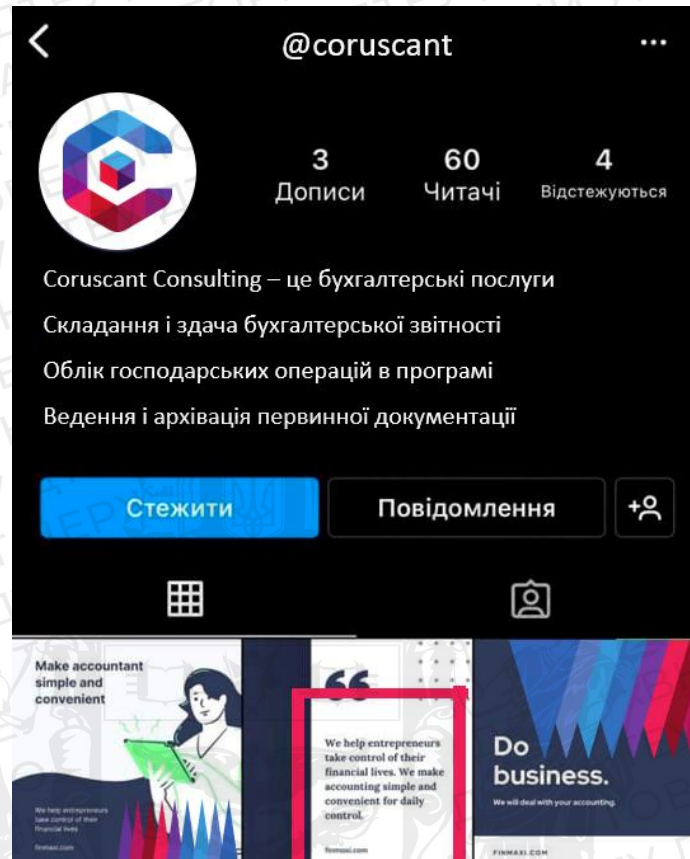


Рис. 2.7 – Зразок майбутнього аккаунту в Instagram ТОВ «Корусконт Консалтинг»

Джерело: розроблено автором самостійно

Також було прийняте рішення проводити масові заходи, а саме:

- запрошувати ділових партнерів, представників громадськості, засоби масової інформації до офісу організації, організувати зустрічі;
- проводити акції та свята, влаштовувати конкурси та змагання серед працівників компанії та клієнтів.

Коли розібрались з основними напрямками діяльності, можна переходити до бюджетування. Зазвичай, основна частина звернень припадає на контекстну і таргетовану рекламу. Проте, оскільки маємо специфічну сферу, необхідно постійно проводити моніторинг найбільш ефективних каналів комунікації та рівнів взаємодії.

Отже, для ефективного та раціонального здійснення рекламної компанії потрібно проводити аналіз різних показників діяльності, відстежувати поточний стан справ на кожному етапі здійснення, як рекламної діяльності, так і діяльності компанії в цілому. Це дозволить вчасно виявляти недоліки в рекламуванні та своєчасно і оперативно їх усувати. А ТОВ «Корускант Консалтинг» має пройти складний і довготривалий шлях удосконалення та розвитку своєї діяльності в сфері консалтингових послуг, і здійснення рекламної та PR-діяльності.



ВИСНОВКИ

У сучасному світі багато підприємств користуються послугами організацій, що надають аудиторські та бухгалтерські послуги. Ведення бухгалтерського обліку може передаватися стороннім організаціям на договірній основі, що дозволяє значно знизити витрати та збільшити ефективність діяльності підприємства. Сфера консалтингових послуг активно розвивається і функціонує, а отже з'являється все більше конкурентів. Щоб втримати свої позиції на ринку потрібно проводити активну рекламну компанію та надавати широкий спектр якісних послуг. ТОВ «Корускант Консалтинг» надає якісні послуги та має надійних постійних клієнтів. Але, незважаючи на це, в компанії не прослідковується активний ріст та розвиток, що є недоліком та проблемою над якою потрібно працювати [8]

У своїй діяльності ТОВ «Корускант Консалтинг» проводить хаотичну і несистематизовану рекламну діяльність та обирає малоефективні методи рекламування для сфери консалтингових послуг.

Основними методами реклами ТОВ «Корускант Консалтинг» є:

- персональний продаж;
- директ-мейлінг;
- рекламування на тематичних платформах в мережі Інтернет.

Відсутність чіткого плану дій призвела до застигання компанії в одній точці розвитку і діяльності.

Як показало проведене дослідження, ТОВ «Корускант Консалтинг» проводить малоефективну рекламну діяльність та не у повній мірі використовує свій потенціал і можливості для розвитку. Компанія потребує чіткої пріоритетизації дій та розроблення ефективної рекламної компанії. А саме провести наступні заходи:

- створення офіційного сайту;
- створення офіційних сторінок в соціальних мережах;

- розширення кола інтернет-платформ для реклами;
- проведення масових заходів для преси, клієнтів та потенційних клієнтів.

Для покращення становища ТОВ «Корускант Консалтинг» потрібно провести ресурсномісткі дії щодо удосконалення та розширення рекламної діяльності. А також проводити систематичний аналіз всіх показників діяльності компанії на всіх етапах надання послуг, вчасно виявляти прогалини та недоліки і професійно їх усувати.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Афанасьев, М. П. Маркетинг: стратегия і тактика фірми / М. П. Афанасьєв. – М.: Фінстатінформ. – 2014.-104 с.
2. Олексенко Ю.О., Сидоренко О.В. Рекламна діяльність підприємства та напрями її удосконалення. Економіка та управління підприємствами. 2020. №2 (68). С. 147-154
3. Касич А.О., Гноева І.М. Особливості розвитку аудиторських послуг в Україні та концептуальні підходи до їх класифікації. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>.
4. Садовська І.Б. Бухгалтерський облік: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2013. 688 с.
5. Карпенко О.О. Перспективи розвитку консалтингової діяльності в Україні на основі європейського досвіду // Причорноморські економічні студії. – 2018. – Вип. 27. – С. 54 – 58.
6. Сурженко Н.В. Розвиток ринку консалтингових послуг: зарубіжний досвід і реалії України // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнічного ун-ту (економічні науки) – 2018. - №2(37). – С. 105 – 110.
7. Рейкін В.С., Макара О.В. Консалтинг в Україні: оцінка стану та тенденції розвитку. Інфраструктура ринку. 2020. Випуск 39. С. 97 – 101.
8. Відновлення ринку консалтингу почнеться вже в 2018 році. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://n-auditor.com.ua/uk/novini/finansi/item>
9. Компанієць Т.І. Вплив реклами на просування споживчих товарів в умовах сучасного ринку. Економіка та управління підприємствами. 2014. № 3(27). С. 63-67.
10. Оболюшева А. А. Оценка эффективности рекламной деятельности экономического субъекта. Таврический научный обозреватель. 2016. №3(8). С. 59-64.

ДОДАТКИ


Додаток 1.1

Приклад рекламної брошури ТОВ «Корускант Консалтинг»



Coruscant Consulting

- Аналіз фінансового стану підприємства
- Усні та письмові консультації з податкового та бухгалтерського обліку
- Ведення і архівація первинної документації
- Відновлення окремих ділянок бухгалтерського обліку та його оптимізація
- Складання і здача бухгалтерської звітності
- Облік господарських операцій в програмі

Coruscant Consulting

Деталі за телефоном
+38(066)3315242

Хто хоч раз був керівником підприємства, напевно стикався з такими проблемами, як дефіцит компетентних кадрів, роздуті штат бухгалтерії при посередньому виконанні прямих обов'язків, необхідність залучати зовнішніх аудиторів, врегулювати проблеми з податковою та іншими контролюючими органами тощо. Додайте до цього необхідність виплачувати не тільки саму зарплату (зауважте, далеко не мінімальну), але і податки на Фонд оплати праці (ФОП), оплачувати лікарняні, відпустки. Забезпечувати відділ бухгалтерії канцтоварами, фаховою літературою, платити за ПЗ і семінари по законодавчим нововведенням. Тепер ви розумієте, чому більше 90% малих і середніх підприємств на Заході і практично кожен приватний підприємець віддають на аутсорсинг бухгалтерський облік? Для цього є як мінімум 4 причини, і всі вони також актуальні для вітчизняного бізнесу.

Принципи

1. Професіоналізм фахівців. Бухгалтерська компанія вже їх знайшла і оцінила. Крім того, вона власним коштом оплачує навчання і підписки на професійну літературу.
2. Економія на утриманні відділу бухгалтерії в штаті компанії.
3. Гарантія якості. Для бухгалтерської або юридичної компанії аутсорсинг – це бізнес, підприємство – клієнт. Від якості послуг, що надаються залежить доля фірми на ринку.
4. Комплексність. Як правило, в абонентські пакети входять і консультації, і підтримка в разі виникнення будь-яких профільних питань.

ЩО МОЖЕ ВХОДИТИ В КОМПЛЕКС ПОСЛУГ?

- роботу з первинною документацією, розрахунки з контрагентами;
- розрахунково-касові операції, ведення відповідної документації;
- складання та передачу по календарю звітів до податкової інспекції, Пенсійного фонду, органи статистики тощо;
- представлення інтересів абонента в державних структурах;
- податковий облік: розрахунок сум податків, їх сплата, взаємодія з ДПІ;
- кадровий облік, розрахунок і нарахування заробітної плати, страхових платежів;
- надання консультацій з поточних питань діяльності підприємства і організації обліку;
- участь в перевірях підприємства;
- проведення інвентаризацій з оформленням результатів, аналіз залишків і т. п.