

АКТ

**впровадження результатів дослідження
здобувача вищої освіти другого (магістерського) рівня
Коляди Акаш Артема
на тему: «Маркетингова діяльність на промисловому підприємстві»**

Результати дослідження Коляди Акаш Артема за темою кваліфікаційної роботи «Маркетингова діяльність на промисловому підприємстві» пройшли апробацію та прийняті до впровадження у практичну діяльність ТОВ «ФОРКС».

На основі проведеного наукового дослідження було розроблено комплексні рекомендації щодо вдосконалення системи оцінки ефективності рекламних кампаній промислового підприємства в умовах цифрового маркетингу. Запропонований підхід передбачає використання гібридної стратегії маркетингових комунікацій на ринку, яка поєднує брендингові та performance-інструменти з метою досягнення як короткострокових показників збуту, так і довгострокового зростання брендової цінності.

У межах дослідження розроблено методичні підходи до комплексного вимірювання ефективності рекламних кампаній із застосуванням показників економічної, комунікаційної та поведінкової результативності. Використання таких індикаторів, як ROI, ROAS, CAC, CTR, а також метрик Brand Lift і Sales Lift, дозволяє об'єктивно оцінювати вплив маркетингових комунікацій на впізнаваність бренду, зацікавленість споживачів і фактичні обсяги продажу.

Результати практичної апробації підтвердили доцільність застосування авторських рішень у діяльності підприємства, що сприяє підвищенню рентабельності маркетингових інвестицій та зміцненню конкурентних позицій компанії на висококонкурентному FMCG-ринку України.

Таким чином, науково-практичні результати дослідження прийняті до практичного використання у маркетинговій діяльності підприємства, що підтверджує їх прикладну значущість, ефективність і можливість подальшого масштабування в компанії ТОВ «ФОРКС».

Комерційний директор
ТОВ «Форкс»



Євген МУНТЯН