

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Кафедра міжнародних економічних відносин

**РЕФЕРАТ**

**Кваліфікаційної роботи**

**на здобуття освітнього ступеня бакалавра**

зі спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини

за освітньою програмою «Міжнародна економіка»

**НА ТЕМУ: «УДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ  
ІНТЕРНЕТ ДІЯЛЬНОСТІ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА НА ПРИКЛАДІ  
«MOBILITHIUM S.P. Z.O.O.»**

Виконавець:

студент ФМЕ, гр.43а

Дашян Артем Самвелович \_\_\_\_\_

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н, доцент

Уханова Інна Олегівна \_\_\_\_\_

/підпис/

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми кваліфікаційної роботи.** Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується зростанням ролі міжнародних економічних зв'язків, що посилюються з більш масштабним впливом міжнародних компаній, які прагнуть збільшити прибутку за рахунок більш дешевих ринків праці та за рахунок освоєння нових ринків. Завоювання позицій на глобальному ринку досягається завдяки самоідентифікації територій, розвитку доміантних і перспективних напрямків та технологій, орієнтованих не тільки на внутрішній ринок, але й на зовнішніх споживачів. З огляду на стабільну тенденцію зростання ролі торгівлі маркетинговими послугами у загальній структурі міжнародних потоків матеріальної та нематеріальної продукції, важливим питанням є функціонування компаній, що працюють з цими завданнями та грошовими потоками.

Треба одразу відмітити той факт, що робота міжнародної маркетингової компанії надзвичайно пов'язана з вмінням знаходити спільну мову з партнерами з різних культурних просторів, як наприклад Індія, Корея чи США. Задля максимізації прибутків компанія має бути адаптованою до особливостей роботи з такими партнерами, як соціо-культурно, так і технічно й технологічно, адже рівень використовуваних технологій також не є універсальним у світі.

Окрім труднощів з міжнародними партнерами, треба пам'ятати про загальні проблеми бізнесів з кадрами та з управлінням фінансовими потоками.

Комплексний підхід до дослідження та оцінки міжнародних маркетингових послуг досліджено у роботах багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених: Ю.Г. Козака, І.Л. Літовченко, О.Г Романенкова, В.І. Холмогорова, Д. Хендлера, Ф. Котлера, І та інші. Але не всі аспекти щодо ведення маркетингової діяльності було розглянуто на практиці.

**Мета і завдання кваліфікаційної роботи.** Метою дослідження є на основі аналізу міжнародної маркетингової діяльності рекламного агентства запропонувати шляхи та інструменти її вдосконалення

Для досягнення поставленої мети були визначені наступні **завдання**:

- дослідити сутність та особливості міжнародної маркетингової діяльності в сфері Інтернет-маркетингу
- узагальнити фактори впливу на міжнародну маркетингову діяльність в сфері Інтернет-маркетингу
- надати організаційно-економічну характеристику “Mobilithium SP Z.O.O.” в сфері міжнародного маркетингу
- проаналізувати фактори, що впливають на міжнародну діяльність “Mobilithium SP Z.O.O.” в сфері Інтернет-маркетингу
- провести аналіз показників діяльності “Mobilithium SP Z.O.O.” в сфері міжнародного Інтернет-маркетингу
- розробити організаційні заходи з удосконалення інтернет-маркетингу «Mobilithium Sp. Z.o.o»

- надати пропозиції з удосконалення міжнародної маркетингової діяльності «Mobilithium Sp. Z.o.o» за рахунок технічних рішень
- запропонувати напрямки диверсифікації ринків збуту як захід з удосконалення міжнародної маркетингової діяльності «Mobilithium Sp. Z.o.o»

**Об'єктом дослідження** є міжнародна маркетингова діяльність рекламного агентства та шляхи її удосконалення

**Предметом дослідження** є теоретичні основи та практичні рішення щодо удосконалення міжнародної маркетингової діяльності рекламного агентства “Mobilithium Sp. Z.O.O.”

**Методи дослідження.** Методологічною основою кваліфікаційної роботи є теоретичні положення економічної науки та праці вчених-економістів в галузі міжнародного маркетингу. При написанні роботи використано загальнонаукові та спеціальні методи: узагальнення та синтезу, порівняльного, статистичного та економічного аналізу, SWOT-аналіз., PEST-аналіз. Робота здійснена з використанням офісного пакету MS Office - Microsoft Excel.

**Інформаційна база дослідження.** Для написання роботи проаналізовано монографічна та наукова література, Інтернет-джерела, статистична інформація Державної служби статистики України та Міністерства економіки, внутрішня інформація “Mobilithium Sp. Z.O.O.”

**Публікації та апробація результатів дослідження.** За результатами виконання кваліфікаційної роботи опубліковано статтю: Дашян А. С. «Фактори впливу на міжнародну маркетингову діяльність в сучасному інтернет-маркетингу» // Збірник наукових робіт за підсумками студентської дистанційної науково-практичної конференції «Минуле, Сучасне, Майбутнє», Випуск 11. Одеса: ОНЕУ, 2021. – 310 с, обсяг 0,3 авт.арк. Також опубліковано статтю на міжнародній конференції «„Back to the Future. Social – economic Challenges and Perspectives”» за темою «Factors of influence on international marketing activity in modern Internet-marketing», обсяг 0,3 авт.арк

**Структура та обсяг роботи.** В кваліфікаційній роботі представлено таблиці та діаграми географічної структури клієнтської бази, товарної структури міжнародного надання послуг компанії, матриці SWOT-аналізу, PEST-аналізу, списку використаних джерел(45 найменувань), таблиці аналітичних показників загальною кількістю 15 таблиць, 17 рисунків

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

У першому розділі роботи «ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ» розглядаються теоретико-методологічні основи дослідження міжнародної маркетингової діяльності в сфері інтернет-маркетингу, визначено позитивні та негативні фактори впливу на міжнародну маркетингову діяльність в сфері інтернет-маркетингу на глобальних ринках. Виявлено та описано методи аналізу міжнародної маркетингової діяльності в сфері інтернет-маркетингу

У другому розділі роботи «АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ “МОВІЛІТНІУМ SP Z.O.O.” В СФЕРІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ» проаналізовано міжнародну маркетингову діяльність підприємства “МОВІЛІТНІУМ SP Z.O.O.” в сфері інтернет-маркетингу. Наведено SWOT-аналіз підприємства з повним комплексом факторів діяльності компанії. Проведено аналіз фінансових показників та кадрових показників.

У розділі роботи «НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНТЕРНЕТ ДІЯЛЬНОСТІ «МОВІЛІТНІУМ S.P. Z.O.O.»» Запропоновано напрями вдосконалення зовнішньої торгівлі маркетинговими послугами компанії «МОВІЛІТНІУМ S.P. Z.O.O.», наведено приклади заходів, які має вжити керівництво задля вдосконалення зовнішньої торгівлі маркетинговими послугами компанії «МОВІЛІТНІУМ S.P. Z.O.O.», зокрема шляхом підключення нових технологічних вдосконалень та виходом на нові ринки.

## **ВИСНОВКИ**

У першому розділі кваліфікаційної роботи визначено сутність та особливості міжнародної маркетингової діяльності в сфері Інтернет-маркетингу, розкрито фактори впливу на міжнародну маркетингову діяльність в сфері Інтернет-маркетингу. Міжнародний маркетинг є неодмінним атрибутом для діяльності компаній за межами країни проживання, адже він сприяє підприємницькій діяльності вітчизняних компаній на зовнішніх ринках та створює найбільш сприятливі умови для ведення бізнесу. Причиною використання інструментів міжнародного маркетингу є те, що в умовах надактивного інформаційного потоку, компаніям слід приділяти більше уваги питанням збуту на основі досліджень віддалених ринків та конкретних потреб споживачів та очікувань міжнародного ринкового середовища. Також інтернет-маркетинг має цілу низку особливостей, що звичайний маркетинг досягає з проблемами або не може в повному обсязі використати, такі як:

- ✓ Глобалізація
- ✓ Інформація
- ✓ Зручність для клієнтів
- ✓ Платоспроможна і соціально активна аудиторія
- ✓ Зниження тиску на клієнта
- ✓ Зниження витрат компанії
- ✓ Побудова партнерських відносин компанії зі споживачем
- ✓ Просування товарів і послуг, бренду компанії
- ✓ Інтерактивність

Під міжнародної маркетинговою діяльністю в сфері Інтернет-маркетингу розуміється сукупність методів електронної комерції, метою якої є розширення економічного потенціалу сайтів з включенням інтернет-реклами для залучення і утримання відвідувачів, придбання ними товарів або послуг або виконання інших дій.

Надзвичайно важливим є той факт, що при розрахунку основних рекламних показників у сучасному інтернет-маркетингу на міжнародних ринках, ми можемо побачити переважну більшість абсолютно нових термінів, що з'явилися здебільшого в останні 5-6 років. Це пов'язано в першу чергу з розвитком технологій та появи нових метрик задля підрахунку ефективності рекламних кампаній у мережі інтернет.

Найяскравішим прикладом таких метрик можна перелічити: AD impressions, Ad exposures, Click-through rate(або клікабельність реклами, як її називають в рекламних компаніях), click-to-buy rate – співвідношення кліків до покупок з реклами. Ці показники дозволяють розрахувати основну бізнес-інформацію з практичними показниками.

Основними факторами науково-технологічного розвитку інтернет-галузі в світі являються:

- ✓ Запуск нових супутників зв'язку
- ✓ Розвиток технологій бездротової передачі даних
- ✓ Перехід до нового покоління мереж доступу на основі оптико-волоконного зв'язку
- ✓ Використання IP-технологій (передачу даних через технологію Інтернет-протоколу)
- ✓ Масове поширення мереж стільникового зв'язку та мобільного широкосмугового доступу.

У другому розділі кваліфікаційної роботи проаналізовано фактори, що впливають на міжнародну діяльність “Mobilithium SP Z.O.O.” в сфері Інтернет-маркетингу та показники діяльності “Mobilithium SP Z.O.O.” в сфері міжнародного Інтернет-маркетингу. Головною метою, з якою було створено товариство, – отримання прибутку шляхом найбільш повного задоволення потреб громадян, підприємств у товарах та послугах, які надає товариство. Дане підприємство спеціалізується на маркетинговій діяльності для інших контрагентів та на посередницької діяльності між компаніями з іноземними капіталами у сфері маркетингу. Компанія “Mobilithium SP Z.O.O.” співпрацює зі всіма великими компаніями на ринку, у багатьох напрямках маркетингу:

1. Комерційні (посередницькі) послуги;
2. Інформаційно-консультаційні послуги;
3. Маркетингові послуги;

#### 4. Налаштування таргетованої реклами.

У 2020 році підприємство переживало економічний спад, що позначилось на всіх складових діяльності, це значніше всього виявилось у чистому фінансовому результаті, а саме у збитку в 327 тисяч гривень за 2020 рік. Причиною погіршення став факт, що ринок інтернет-маркетингу у сфері реклами додатків та CPA-реклами пережив великий вплив компаній-конкурентів, що перейшли до діджитал-маркетингу через коронавірус, це змусило компанії ставити нижчі ціни за залучених клієнтів та вимагати більшу якість інтернет-трафіку.

Окрім того, було надано приклади роботи підприємства з успішними кейсами для іноземних партнерів, що були взаємовигідними та прибутковими, але треба відмітити факт того, що через ринкову ситуацію підприємство не може з такою стабільністю продовжувати на великому рівні прибутку, що підтверджується вищезгаданими збитками.

Але даний ринок є дуже конкурентим з високою якістю компаній-конкурентів та стабільним, але низьким ростом. Дане підприємство, має достатній рівень стійкості згідно традиційного аналізу, але якщо дивитися на фактичні зміни показників, то можна побачити значний спад у розвитку компанії.

Окремо треба зазначити велику кількість зовнішніх загроз для компанії, що не дозволяють проводити найбільш ефективну підприємницьку діяльність, а саме:

- Коронавірусна ситуація, що визвала перенасичення ринків
- Відпрацьована база клієнтів
- Підвищення обізнаності щодо інтернет-маркетингу
- Технологічні труднощі з основними рекламними площадками
- Підвищення регульованості ринку
- Можлива поява подвійної сплати податків

До того ж маємо відзначити основні слабкості компанії:

- Технологічний рівень компанії
- Відсутність технологій, що допомагають знизити собівартість
- Використання лише декількох каналів просування
- Якість залучених клієнтів

У третьому розділі кваліфікаційної роботи запропоновані та розроблено пропозиції щодо напрямів удосконалення міжнародної маркетингової інтернет діяльності “Mobilithium SP Z.O.O.”. На внутрішньому рівні фірми

запропоновано наступні кроки для удосконалення функціонування підприємства:

- ✓ Розвиток якості дизайнерських послуг
- ✓ Покращення мотивації працівників
- ✓ Формування організованості персоналу
- ✓ Впровадження системи внутрішніх тестів при відборі персоналу на вакансії
- ✓ Розвиток персоналу з точки зору персональних якостей та так званих soft-skills, а саме перемовних процесів з партнерами, окрім цього можна оплачувати додаткові професійні курси для персоналу, за умови підписання середньо- та довгострокових контрактів.
- ✓ Впровадження нових систем оцінки маркетингових стратегій
- ✓ Впровадження технологічних покращень, а саме системи API

Проаналізовано сегмент користувачів інтернету, що дало змогу визначити пріоритетні напрями, які варто експлуатувати задля посилення позицій на конкурентних ринках, таких як Європа та США, а згодом такі ринки як Латинська Америка, Близький Схід та Австралія мають перетворитися на категорію неосновного прибутку, через обмежений ресурс в цих регіонах, який може вичерпати себе за декілька років, як це сталося з ринком Південної Кореї з 2017 року до 2020 року.

### **АНОТАЦІЯ**

**Дашян А.С., «Удосконалення міжнародної маркетингової інтернет діяльності рекламного агентства на прикладі «MOBILITHIUM S.P. Z.O.O.»**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності

292 «Міжнародні економічні відносини» за освітньою програмою «Міжнародна економіка». - Одеський національний економічний університет. - Одеса, 2021 р.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження є міжнародна маркетингова діяльність рекламного агентства та шляхи її удосконалення

У роботі розглядаються теоретико-методологічні основи дослідження міжнародної маркетингової діяльності в сфері інтернет-маркетингу, визначено позитивні та негативні фактори впливу на міжнародну маркетингову діяльність в сфері інтернет-маркетингу на глобальних ринках. Виявлено та описано методи аналізу міжнародної маркетингової діяльності в сфері інтернет-маркетингу

Проаналізовано міжнародну маркетингову діяльність підприємства «MOBILITHIUM SP Z.O.O.» в сфері інтернет-маркетингу. Наведено SWOT-аналіз підприємства з повним комплексом факторів діяльності компанії. Проведено аналіз фінансових показників та кадрових показників.

Запропоновано напрями вдосконалення міжнародної маркетингової інтернет діяльності рекламного агентства «MOBILITHIUM S.P. Z.O.O.», зокрема за рахунок організаційних рішень, технологічних вдосконалень, диверсифікації ринків збуту послуг

**Ключові слова:** Міжнародний маркетинг, інтернет-маркетинг, міжнародна маркетингова діяльність, міжнародна реклама, міжнародна торгівля маркетинговими послугами

## ANNOTATION

**Dashian A.S. "Improvement of the international marketing internet activity of the advertising agency on the example of "MOBILITHIUM S.P. Z.O.O.""**

Qualifying work for a bachelor's degree in the specialty 292 "International Economic Relations" under the educational program "International Economics". - Odessa National Economic University. - Odessa, 2021

The bachelor's thesis consists of three sections. The object of research is the international marketing activities of the advertising agency and ways to improve it

The paper considers the theoretical and methodological foundations of the study of international marketing activities in the field of Internet marketing, identifies positive and negative factors influencing international marketing activities in the field of Internet marketing in global markets. Methods of analysis of international marketing activities in the field of Internet marketing are identified and described

The international marketing activity of the enterprise «MOBILITHIUM SP Z.O.O.» is analyzed. in the field of Internet marketing. The SWOT-analysis of the enterprise with a full complex of factors of activity of the company is resulted.

The directions of improvement of the international marketing Internet activity of the advertising agency "MOBILITHIUM S.P. Z.O.O. », in particular due to organizational decisions, technological improvements, diversification of markets for services

**Keywords:** International marketing, internet marketing, international marketing activities, international advertising, international trade in marketing services