

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 075 «Маркетинг»
за освітньою програмою «Маркетинг та міжнародна логістика»
на тему: **«РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В СИСТЕМІ**
ПРОСУВАННЯ КОМПАНІЇ ТОВ «ЄВРОДРІНК»

Виконавець:

студентка ФМЕ

Лашутіна Анастасія Юріївна

Науковий керівник:

к.е.н, ст викладач

Сало Яна Вікторівна

Одеса 2023

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Дослідження показують, що домінуюча роль сьогодні належить інноваціям, які стрімко розвиваються та фундаментально трансформують кожен галузь економіки. Розвиток інформаційних технологій призвів до активного зростання проникнення Інтернету в усіх вікових групах, і кількість користувачів Інтернету збільшується з кожним днем.

Інтернет революціонізує методи ведення бізнесу, і його значення стає все більш важливим у діяльності бізнес-компаній. Інтернет стає популярним інструментом, і майже кожна компанія найближчим часом скористається його можливостями.

Це потужний інструмент, який компанії можуть використовувати, щоб отримати конкурентну перевагу та відкрити багато нових можливостей для збільшення продажів і зниження витрат. Основні зміни, викликані Інтернетом, відображаються на тому, як споживачі купують продукти та послуги, отримують інформацію та здійснюють банківські операції. Користувачі можуть легко знайти необхідну інформацію про певні товари та їх ціни, детально консультуючись у продавців. Споживачі виграють від Інтернету, оскільки він зменшує витрати на пошук продуктів і відповідної інформації.

Предметом даної роботи є теоретичні і практичні аспекти вдосконалення інтернет-маркетингу ТОВ «Євродрінк».

Об'єктом дослідження є інтернет-маркетингова діяльність компанії ТОВ «Євродрінк» в Інтернет.

Метою роботи є розробка комплексу інтернет-маркетингу для досліджуваного підприємства.

Відповідно до визначеної мети у роботі були поставлені та вирішені такі **завдання**:

- розглянути сутність та характеристика інтернет-маркетингу;
- вивчити роль інтернет-маркетингу в просуванні компанії;
- проаналізувати інструменти інтернет-маркетингу;
- дослідити мікро- та макросередовища ТОВ «Євродрінк»;
- проаналізувати асортиментну політику ТОВ «Євродрінк»;
- проаналізувати рекламу в Інтернет ТОВ «Євродрінк»;
- спрогнозувати оцінку результативності запропонованих альтернативних заходів;
- проаналізувати ефективність впровадження удосконаленої маркетингової стратегії в Інтернеті.

В процесі написання дипломної роботи були використані такі методи дослідження: аналіз і синтез, спостереження, порівняння, свот-аналіз, прогнозування та інші.

Теоретичною та методичною основою роботи слугували економічна література, аналіз статей, щодо особливостей застосування інтернет-маркетингу як інструменту просування, відкрита інформація на сайті ТОВ «Євродрінк», внутрішні документи підприємства.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел (32 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 67 сторінок.

Основний зміст викладено на 66 сторінках. Робота містить 17 таблиць, 3 рисунка.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретичні аспекти інтернет-маркетингу в контексті просування компанії»** розглядаються сутність та характеристика інтернет-маркетингу. Вивчено роль інтернет-маркетингу в просуванні компанії. Проаналізовано інструменти інтернет-маркетингу.

У другому розділі **«Аналіз маркетингової діяльності в інтернет ТОВ «ЄВРОДРІНК»»** досліджено мікро- та макросередовища ТОВ «Євродрінк». Проаналізовано асортиментну політику ТОВ «Євродрінк». Проаналізовано рекламу в Інтернет ТОВ «Євродрінк».

У третьому розділі **«Рекомендації щодо підвищення ефективності реклами в інтернет ТОВ «ЄВРОДРІНК»»** спрогнозовано оцінку результативності запропонованих альтернативних заходів. Проаналізовано ефективність впровадження удосконаленої маркетингової стратегії в Інтернеті.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було розглянуто тему **«Роль інтернет-маркетингу в системі просування компанії ТОВ «ЄВРОДРІНК»** та зроблено наступні висновки:

1. Поява та поширення Інтернету докорінно змінило не лише маркетингові комунікації, але й процес ведення бізнесу в туристичному секторі. Мережевий маркетинг є важливим засобом маркетингової комунікації для туристичних підприємств і процесом стратегічного управління, і його застосування пов'язане з успіхом і процвітанням підприємств.

2. Інтернет-маркетинг, також відомий як онлайн-маркетинг, цифровий маркетинг, Інтернет-маркетинг, електронний маркетинг тощо, визначається як процес просування бренду, продукту чи послуги через Інтернет. Це включає будь-яку рекламну діяльність через Інтернет або бездротові засоби масової інформації, включаючи маркетинг електронною поштою, ведення блогів, пошукову оптимізацію та соціальні мережі.

2. Маркетинг здійснюється за допомогою цілого комплексу інструментів - продажів і обслуговування, реклами, цінової політики, відносин зі споживачами і громадськістю.

3. Для кожного успішного бізнесу завдання полягає в тому, щоб розробити низку різноманітних маркетингових заходів і на їх основі розробити інтегрований план маркетингу, який повинен включати процес створення та просування продуктів, які представляють споживчу цінність.

4. ТОВ «Євродрінк» — імпортер пива, сидру та мінеральної води, створений у 2013 році. Компанія ТОВ «Євродрінк», зареєстрована за юридичною адресою в Києві, Україна. Електротехнічна, буд.47Г

5. ТОВ «Євродрінк» має кращий доступ до нових іноземних технологій завдяки своїм європейським зв'язкам. Ще однією перевагою можна назвати наявність власного сайту, де можна дізнатися більше про саму компанію та про те, що вона пропонує.

5. Зміцнити свої позиції на ринку можливо в разі виходу з ринку конкурента, нових контрактів з партнерами (наприклад, згода магазинів продавати продукцію компанії), нових успішних рекламних кампаній. У 2022 році бюджет на маркетингові заходи обмежений, але якщо відкоригувати маркетингову стратегію, то можна привернути увагу споживачів і стати додатковим джерелом доходу для компанії в майбутньому.

Порівняння цін узгоджується з висновком аналізу конкурентоспроможності продукції компанії. ТОВ «Євродрінк» має найвищу ціну з усіх розглянутих підприємств, що пов'язано з вартістю доставки продукту в Україну, а також митними витратами. Це означає, що продукцію ТОВ «Євродрінк» зазвичай споживають люди з вищими доходами, тоді як ті, хто має бюджет, обирають більш доступні аналогічні продукти. Якщо в майбутньому створювати власну продукцію на території України, то можна охопити споживачів будь-якого рівня доходу.

6. При здійсненні комплексних міжнародних рекламних кампаній велику увагу необхідно приділяти їх координації, тобто термінам, географічному охопленню та адресності окремих кампаній, що входять до комплексу. Ця координація здійснюється між рекламодавцем, його філіями та комерційними агентами в різних країнах, рекламними агентствами, що обслуговують рекламодавця, та іншими організаціями, які беруть участь у реалізації кампанії.

7. Щоб удосконалити рекламну кампанію ТОВ «Євродрінк», визначимо цілі її проведення. Зазвичай їх можна розділити на дві категорії:

- Цілі в торгових зонах, які призводять до значного збільшення продажів або спонукають споживачів купувати товар.

- Завдання сфери комунікацій - це передача ідей, формування корпоративних іміджів і зміна звичок споживачів.

8. На мій погляд, найкращий варіант — це поєднати два підходи, зосередившись на покращенні комунікацій вашої компанії, водночас приносячи прибуток.

Таким чином, підприємство зможе збільшити власну виручку із 9168 тис. грн. у 2020 році до 11854 тис. грн. у 2025 році. Загальна рентабельність реклами підприємства на зовнішніх ринках зросте із 3,3% у 2020 році до 3,9% у 2025 році.

АНОТАЦІЯ

Лашутіна А. Ю. «Роль інтернет-маркетингу в системі просування компанії ТОВ «ЄВРОДРІНК»».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «075 «Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг та міжнародна логістика». Одеський національний економічний університет. Одеса, 2023.

У роботі розглядається сутність та характеристика інтернет-маркетингу; вивчено роль інтернет-маркетингу в просуванні компанії; проаналізовано інструменти інтернет-маркетингу.

Досліджено мікро- та макросередовища ТОВ «Євродрінк»; проаналізовано асортиментну політику ТОВ «Євродрінк»; проаналізовано рекламу в Інтернет ТОВ «Євродрінк».

Спрогнозовано оцінку результативності запропонованих альтернативних заходів; проаналізовано ефективність впровадження удосконаленої маркетингової стратегії в Інтернеті.

Ключові слова: маркетинг, мережа Інтернет, підприємство, стратегія просування, інструменти маркетингу.

ANNOTATION

Lashutina A. Yu. "The role of Internet marketing in the promotion system of EURODRINK LLC".

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty "075 "Marketing" under the educational program "Marketing and international logistics". Odesa National University of Economics. Odesa, 2023.

The work examines the essence and characteristics of Internet marketing; the role of Internet marketing in the promotion of the company is studied; Internet marketing tools are analyzed.

The micro- and macro-environments of Evrodrink LLC were studied; the assortment policy of Evrodrink LLC was analyzed; Internet advertising of Evrodrink LLC was analyzed.

An assessment of the effectiveness of the proposed alternative measures is predicted; the effectiveness of the implementation of an improved marketing strategy on the Internet is analyzed.

Keywords: marketing, Internet network, enterprise, promotion strategy, marketing tools.