

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**«ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ЗАСІБ УДОСКОНАЛЕННЯ
КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-21

Спеціальності 075 Маркетинг

Хохлов Микита Сергійович

Керівник: Шевченко В.М., к.держ.упр., доцент

Дніпро

2025

АНОТАЦІЯ

Хохлов М.С. Інтернет-маркетинг як засіб удосконалення комунікаційної діяльності підприємства

У кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні засади комунікаційної діяльності підприємства в умовах цифрової трансформації економіки, а також визначено роль інтернет-маркетингу як сучасного інструменту маркетингових комунікацій. Проаналізовано організаційно-економічну діяльність ТОВ «Розетка», здійснено оцінку наявної системи зовнішніх комунікацій, проведено аналіз ринку електронної комерції, на якому функціонує підприємство. Вивчено механізми сегментування цільової аудиторії та позиціонування бренду. На основі результатів дослідження запропоновано заходи щодо вдосконалення інтернет-комунікаційної стратегії компанії, обґрунтовано їхню економічну доцільність і розроблено маркетинговий бюджет. Доведено, що реалізація запропонованої стратегії сприятиме посиленню конкурентоспроможності ТОВ «Розетка» на українському ринку та покращенню ефективності взаємодії зі споживачами.

Ключові слова: інтернет-маркетинг, комунікаційна діяльність, маркетингові інструменти, позиціонування, сегментування ринку, SWOT-аналіз, електронна комерція.

SUMMARY

Khokhlov M.S. Internet marketing as a means of improving the communication activities of an enterprise

The bachelor's thesis explores the theoretical foundations of communication activities of enterprises under digital transformation and highlights the role of internet marketing as a modern tool of marketing communications. The organizational and economic profile of LLC "Rozetka" has been analyzed along with the current state of its communication strategy. The research includes an analysis of the e-commerce market in which the company operates, the segmentation of its target audience, and the positioning of its brand. Based on the findings, a set of measures to improve the company's internet-based communication strategy has been developed, including an estimation of the marketing budget and an assessment of their economic feasibility. The study proves that the implementation of the proposed strategy will enhance the competitiveness of LLC "Rozetka" and improve its interaction with consumers.

Keywords: internet marketing, communication activities, marketing tools, brand positioning, market segmentation, SWOT analysis, e-commerce.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	8
1.1. Сутність, цілі та значення комунікаційна діяльність підприємства.....	8
1.2. Інтернет-маркетингу як сучасна форма маркетингових комунікацій.....	11
1.3. Основні інструменти Інтернет-маркетингу в системі підприємницької діяльності.....	14
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «РОЗЕТКА».....	19
2.1. Характеристика господарської діяльності підприємства.....	19
2.2. Оцінка існуючої комунікаційної діяльності підприємства.....	26
2.3. Аналіз ринку на якому діє ТОВ «Розетка».....	29
2.4. Сегментування ринку та позиціонування товару ТОВ «Розетка».....	33
2.5. SWOT-аналіз.....	38
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ ТОВ «РОЗЕТКА» ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ.....	41
3.1. Розробка заходів щодо вдосконалення інтернет-комунікаційної діяльності ТОВ «Розетка».....	41
3.2. Формування маркетингового бюджету запропонованих заходів.....	48
3.3. Обґрунтування економічної доцільності запропонованих рішень.....	52
ВИСНОВКИ.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59
ДОДАТКИ.....	64

СПИСОК ВИСКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства : підручник. Краматорськ : ДонНАБА, 2020. 312 с.
2. Дашко І. М. Конкуентоспроможність підприємства: загальні риси та відмінності / І. М. Дашко // Сталий розвиток економіки. 2016. № 1(30). С. 103–110.
3. Бойчук І. В., Музика О. М. Інтернет в маркетингу: Підручник. — К.: Центр учбової літератури, 2010. — 512 с. Зозульов О. В. Маркетингові комунікації : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2020. 176 с.
4. З чого складається інтернет маркетинг: стратегії, інструменти, тренди. URL: <https://sprava.ua/blog/z-chogo-skladaetsya-internet-marketing>
5. Карп В.С. Основні перспективи розвитку інтернет-маркетингу на сучасному етапі. // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2010. – №89. – С. 3.
6. Карпенко В.Л. Теоретичні засади формування системи управління конкурентоспроможністю підприємств / В.Л. Карпенко // Сталий розвиток економіки. – 2016. – № 1(30). – С. 84-90
7. Карамушка Л. М. Організаційна психологія : навчальний посібник. Київ : Либідь, 2022. 348 с.
8. Каткова Н. В. Сутність і цілі маркетингових комунікацій в інформаційному суспільстві / Н. В. Каткова // Національний технічний університет «ХПІ», м. Харків. С. 265. URL: <http://www.kpi.kharkov.ua/archive/microcad/2010/S25/СУТНІСТЬ%20І%20ЦІЛІ%20МАРКЕТИНГОВИХ%20КОМУНІКАЦІЙ%20%20В%20ІНФОРМАЦІЙНОМУ%20СУСПІЛЬСТВІ.pdf>
9. Кібальник О. М. Маркетинг : навч. посібник. Харків : ФОП Бровін О. В., 2021. 272 с.
10. Кісарчук З. Г. (ред.) Маркетинг у цифрову добу: сучасні виклики. Львів : УАД, 2020. 228 с.
11. Комплекс просування URL: <https://sites.google.com/site/marketingdistance/тема-8/8-2-комплекс-просування>

12. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : підручник. 5-е вид. Київ : Науковий світ, 2022. 880 с.
13. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент. К.: Видавничий дім «Ін Юре», 2007. 648 с
14. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Ф. Котлер, Г. Катарджая, Ї. Сетьяван ; під ред. В. Олександрова. Київ : КМ-БУКС, 2019. 224 с.
15. Кутепова В. О. Інтернет-маркетинг в Україні, проблеми та перспективи розвитку / В. О. Кутепова // Управління розвитком. 2014. № 1. С. 47–49.
16. Курочкіна Є.С. Нейромережі як інструмент сучасного маркетингу. Маркетингове управління конкурентоспроможністю в умовах глобальних викликів: XIV Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених та студентів: тези доповідей, Дніпро, 18 квітня 2023 р. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2023. С. 146-148.
17. Курочкіна Є.С. Сутність та роль маркетингової аналітики щодо прогнозів розвитку бізнесу. Маркетингове управління конкурентоспроможністю в умовах глобальних викликів: XV Міжнародна науково-практична інтернетконференція молодих вчених та студентів 18 квітня 2024 р.
18. Кутепова В. О. Інтернет-маркетинг в Україні, проблеми та перспективи розвитку / В. О. Кутепова // Управління розвитком. – 2014. – № 1. – С. 47-49. 18. 10 Trends in digital marketing 2020 – URL: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/10-trends-indigital-marketing-in2020>
19. Маркетингові комунікації. Види та інструменти маркетингових комунікацій. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-imarketing/marketingovyekommunikacii-vidy-i-instrumenty-marketingovyhkommunikacij.html>
20. Маркетингові тренди 2023 року. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/marketyngovi-trendy-2023>
21. Офіційний сайт ТОВ "РОЗЕТКА.УА".URL: <https://rozetka.com.ua/>
22. Основні інструменти інтернет маркетингу. URL: <https://lemon.school/blog/osnovnyy-instrumenty-internet-marketingu>

23. Петропавловська С.Є, Ковтун К. Ю. Маркетингові комунікації в мережі Інтернет як інноваційний інструмент стратегії просування. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2021. №104. С. 79. URL: <http://www.puet.poltava.ua/index.php/economics/article/download/82/75>
24. Соколенко І. В. Цифровий маркетинг: новітні тренди. Київ : Центр учбової літератури, 2023. 194 с.
25. Солнцева Г. Н., Смолян Г. Л. Інформація в маркетингу / Г. Н. Солнцева, Г. Л. Смолян // Інформаційні системи. 2014. № 4. С. 18–29.
26. Сохецька А. В. Сучасні тенденції маркетингових досліджень. Бізнес Інформ. 2020. № 7. С. 235–278.
27. Сторінка ТОВ "РОЗЕТКА.УА" в Facebook. URL: <https://www.facebook.com/rozetka.ua/>
28. Сторінка ТОВ "РОЗЕТКА.УА" в Instagram. URL: <https://www.instagram.com/rozzah/?hl=en>
29. Сторінка ТОВ "РОЗЕТКА.УА" в YouTube. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCr7r1-z79TYfqS2IPeRR47A>
30. Стрій Л. О. Маркетинг ХХІ століття. Концептуальні зміни та тенденції розвитку : монографія / Л. О. Стрій. – Одеса : ВМВ, 2010. – 320 с.
31. Стаття про стратегію розвитку компанії на Економічній Правді [. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2021/06/7/675303/>
32. Стратегія digital-маркетингу "Розетки" : як найбільший онлайн ритейлер заохочує споживачів купувати більше // MMR. 2019. URL: <https://mmr.ua/show/strategiya-digital-marketingu-rozetki>
33. Чубукова О.Ю., Біловодська О.А. Удосконалення маркетингової діяльності організації на основі інтернет-технологій // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2017. – №1. – С. 63-72.
34. Шульга О. А. Сучасні інструменти маркетингових інтернеткомунікацій. Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку, м. Київ. 2021. №30, С. 67. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/pidprtorgi/article/view/945>

35. Що таке комунікаційна стратегія та як її побудувати? URL: <https://apix-drive.com/ua/blog/marketing/shcho-take-komunikatsiina-stratehiia>
36. Яковенко Н. "Розетка": як найбільший український інтернет-магазин розвиває digital-маркетинг // AIN.UA. 2020. URL: <https://ain.ua/2020/06/22/rozetka-digital-marketing/>
37. Яременко С.С., Тараненко І.В., Шевченко В.М., Кузьменко М.О. Інфлюенс-маркетинг як ефективний інструмент залучення споживачів. European Vector of Economic Development. 2023. № 2 (35). С. 125–142. URL: <https://eurodev.duan.edu.ua/images/PDF/2023/2/12.pdf> DOI 10.32342/2074-5362-2023-2-35-10
38. Baer J. A field guide to the 4 types of content marketing metrics / Jay Baer // IN slideshare : [веб-сайт]. – URL: <http://www.slideshare.net/jaybaer/a-field-guide-to-the-4-types-ofcontentmarketing-metrics>. – Назва з екрану. – Дата публікації : 03.11.2012. 25. 2015
39. Full Year Results April 2016 Interactive Advertising Bureau // Interactive Advertising Bureau: [веб-сайт]. – URL: http://www.iab.net/media/file/IAB_Full_year_2010_0413_Final.pdf
40. Intelsib. Інтернет-маркетинг і digital-стратегії.//Динаміка розвитку комп'ютерних мереж [Текст]: - К.: SHERj ,-2018. - 326 С.
41. Great marketing message strategies for successful campaigns. URL: <https://www.apifonica.com/en/blog/marketing-message/>
42. Number of internet and social media users worldwide as of January 2024. URL: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>
43. Trends in digital marketing 2020– URL: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/10-trends-indigital-marketing-in2020>
44. The Role of Internet Marketing in the Modern Marketing World: How Startups Can Leverage Its Power. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/role-internet-marketing-modern-world-how-startups-can-malinzi/>

45. The Role of Internet Marketing in the Modern Marketing World: How Startups Can Leverage Its Power. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/role-internetmarketing-modern-world-how-startups-can-malinzi/>

46. TOP 15 ADVANTAGES OF INTERNET MARKETING FOR YOUR BUSINESS – URL:: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/10-trends-in-digital-marketing-in-2020>

47. Examples. URL: <https://www.simplilearn.com/what-is-internet-marketing-article>

48. What is Internet Marketing? Definition and Examples. URL: <https://www.simplilearn.com/what-is-internet-marketing-article>

49. What is marketing communications? (With objectives). URL: <https://uk.indeed.com/career-advice/career-development/what-is-marketing-communications#:~:text=The%20goal%20of%20marketing%20communications,help%20reach%20a%20target%20audience>

50. Shevchenko, V., Taranenko, I., Yaremenko, S., Mishustina, T., Poprotskyu, O., & Mostova, A. (2022). Trends in Digital Marketing in the Context of Information Society Development. *Postmodern Openings*, 13(2), 448-460. <https://doi.org/10.18662/po/13.2/464>

51. Тараненко І.В., Науменко В.С., Шевченко В.Н., Яременко С.С. (2025). Аналіз конкурентної ситуації на ринку для формування стратегічного вектора розвитку підприємства. *Academy Review* No 1(62). С. 211-225. <https://acadrev.duan.edu.ua/images/PDF/2025/1/16.pdf>

52. Яременко С.С., Тараненко І.В., Шевченко В.М., Кузьменко М.О. Інфлюенс-маркетинг як ефективний інструмент залучення споживачів. *European Vector of Economic Development*. 2023. № 2 (35). С. 125–142. URL: <https://eurodev.duan.edu.ua/images/PDF/2023/2/12.pdf> DOI 10.32342/2074-5362-2023-2-35-10

