

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

# КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

## «ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА З ЗАСТОСУВАННЯМ ІНТЕРНЕТ»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-20

Спеціальності 075 Маркетинг

*шифр і назва*

Єфімова Валерія Юріївна

*ПІБ*

Керівник: Тараненко І.В., д.е.н., проф.

*прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання*

Дніпро

2024

## АНОТАЦІЯ

*Єфімова В.Ю. Вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій підприємства з застосуванням інтернет.*

В кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто теоретико-методичні основи вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій підприємства з застосуванням інтернет, проаналізовано сучасні тренди та інструменти інтернет-маркетингу, проведено аналіз систем маркетингових комунікацій підприємства «MEDHOUSE SWISS» та основних тенденцій ринку медичної техніки, сегментування та позиціонування ринку, також проведено маркетингове дослідження уподобань споживачів стосовно каналів інтернет-комунікацій підприємства «MEDHOUSE SWISS». З урахуванням дослідження запропоновано та розроблено заходи з удосконалення інтернет-комунікацій підприємства, а саме: удосконалення соціальних мереж Instagram та Facebook, проведення offline/online вебінарів, впровадження програми лояльності, соціальний проект «Допомога воїнам», розробка мобільного додатку. Визначений маркетинговий бюджет запропонованих заходів.

**Ключові слова:** маркетингові комунікації підприємства, вдосконалення маркетингових комунікацій, аналіз, інструменти, інтернет-маркетинг, online, offline, удосконалення інтернет-комунікацій, маркетингове дослідження.

## SUMMARY

*Yefimova V.Y. Improvement of the complex of marketing communications of the enterprise using the Internet.*

The bachelor's qualification work considered the theoretical and methodological foundations of improving the company's marketing communications using the Internet, analyzed modern trends and tools of Internet marketing, conducted an analysis of the marketing communications systems of the "MEDHOUSE SWISS" company and the main trends of the medical equipment market, market segmentation and positioning, as well a marketing study of consumer preferences regarding Internet communication channels of the "MEDHOUSE SWISS" enterprise was conducted. Taking into account the research, measures to improve the company's Internet communications were proposed and developed, namely: improvement of Instagram and Facebook social networks, offline/online webinars, implementation of a loyalty program, social project "Helping Soldiers", development of a mobile application. The marketing budget of the proposed activities is defined.

**Keywords:** enterprise marketing communications, improvement of marketing communications, analysis, tools, Internet marketing, online, offline, improvement of Internet communications, marketing research.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ З ЗАСТОСУВАННЯМ ІНТЕРНЕТ.....	9
1.1. Розгляд основних концепцій маркетингових комунікацій.....	9
1.2. Сучасні тренди та інструменти інтернет-маркетингу.....	15
1.3. Визначення можливостей для вдосконалення маркетингових комунікацій через використання інтернет-технологій.....	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА «MEDHOUSE SWISS» НА РИНКУ МЕДИЧНОЇ ТЕХНІКИ.....	27
2.1. Характеристика підприємства «MEDHOUSE SWISS».....	27
2.2. Аналіз системи маркетингових комунікацій підприємства .....	32
2.3. Аналіз основних тенденцій ринку медичної техніки, сегментування ринку та позиціонування продукції.....	40
2.4. SWOT-аналіз «MEDHOUSE SWISS».....	48
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНТЕРНЕТ- КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА «MEDHOUSE SWISS».....	52
3.1. Маркетингове дослідження уподобань споживачів стосовно каналів інтернет- комунікацій.....	52
3.2. Розробка заходів з удосконалення маркетингових інтернет-комунікацій підприємства.....	57
3.3. Маркетинговий бюджет запропонованих заходів і очікувані результати.....	68
ВИСНОВКИ.....	77
ДОДАТОК А.....	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник/ Укл. І. В. Король. – Умань: ВПЦ «Візаві», 2017. – 151 с.
2. Попова Н. В. Маркетингові комунікації: підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха ; під загальною редакцією Н. В. Попової. Харків: «ФАКТ», 2020. 315 с.
3. Основні концепції маркетингу. URL: <https://fractus.com.ua/uk/blog/osnovni-konceptsi-marketingu/>
4. Маркетингові комунікації. URL: [https://stud.com.ua/48472/marketing/marketingovi\\_komunikatsiyi](https://stud.com.ua/48472/marketing/marketingovi_komunikatsiyi)
5. Прямий маркетинг: персоналізовані стосунки з кожним клієнтом. URL: <https://fractus.com.ua/uk/blog/pryamij-marketing-personalizovani-stosunki-z-kozhnim-kliientom/>
6. Система маркетингових комунікацій в зовнішньоекономічній діяльності. URL: [https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/662027/mod\\_resource/content/1/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F%201.pdf](https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/662027/mod_resource/content/1/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F%201.pdf)
7. Що таке інтернет-маркетинг? URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/kak-rabotaet-pravilnyj-internet-marketing-3-shaga-k-uspehu>
8. Островерхов В., Турчин Л. Сучасні тренди інтернет-маркетингу. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. 2019. Вип. 24.
9. Сучасні методи збільшення online-аудиторії. URL: <https://naurok.com.ua/suchasni-metodi-zbilshennya-online-auditori-358072.html>
10. Push повідомлення. URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/push-notification>
11. Родіонов С. Інтернет-маркетинг в Україні: Сучасні тренди та інструменти. Журнал стратегічних економічних досліджень, № 3(8), 2022.
12. Топ-7 стратегій інтернет-маркетингу. URL: <https://serpstat.com/ru/blog/top-7-strategij-marketinga/>
13. MEDHOUSE – дистриб'юторська компанія – Україна. URL: <https://medhouse.com.ua/>

14. Gamma - медична техніка. Офіційний сайт в Україні. URL: <https://gamma-med.com.ua/>
15. ProMedica: Сайт медичної техніки. URL: <https://promedica.com.ua/>
16. Instagram сторінка компанії MEDA. URL: <https://www.instagram.com/meda.ua?igsh=dHczeGlzdGgxeHZ3>
17. Instagram сторінка компанії MEDHOUSE. URL: [https://www.instagram.com/medhouse\\_bulgaria?igsh=MTdjbGhtZjFvYjlkYg==](https://www.instagram.com/medhouse_bulgaria?igsh=MTdjbGhtZjFvYjlkYg==)
18. Instagram сторінка компанії Multivitamin. URL: <https://www.instagram.com/multivitamin.com.ua?igsh=MWNxNTbsb2prMzAweg==>
19. Безкоштовні канали збуту для українського бізнесу. URL: <https://www.brd24.com/article/a-84428.html>
20. Що таке інтернет-магазин? URL: <https://tdsport.com.ua/ua/a350577-что-такое-internet.html>
21. Інтернет-магазин Multivitamin. URL: <https://multivitamin.com.ua/>
22. Інтернет магазин MEDHOUSE. URL: <http://shop.medhouse.com.ua/>
23. Що таке маркетплейс? URL: <https://horoshop.ua/ua/blog/what-is-a-marketplace/>
24. Чат-бот. Переваги та як його можна створити. URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/chatbot>
25. Що таке лендінг та як його створити. URL: <https://hostiq.ua/blog/ukr/what-is-landing/>
26. Маркетинг в соціальних мережах (Social Media Marketing). URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/social-media-marketing>
27. Проблеми та перспективи розвитку фармацевтичної галузі України на сучасному етапі. URL: <https://dspace.onu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/a0ea0693-b505-437c-8031-d2dcc5b7e255/content>
28. Аптечний продаж за підсумками 2021 р. URL: <https://www.apteka.ua/article/614413>
29. Фармринок продовжує зростання, перевищуючи очікування експертів. URL: <https://www.apteka.ua/article/625683>
30. Аптечний продаж – в умовах війни. URL: <https://www.apteka.ua/article/630013>
31. Як виконати конкурентний аналіз – класичні та сучасні методики. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/kak-delat-konkurentnyj-analiz>

32. Маркетингова товарна політика: практикум / уклад.: А. В. Шевченко, О. С. Борисенко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. – К.: НАУ, 2022. – 68 с.
33. Портрет ідеального клієнта: як правильно аналізувати аудиторію? URL: <https://online.novaposhta.education/blog/portret-idealnogo-klienta-yak-pravilno-analizuvati-auditoriyu>
34. Позичіонування товару на ринку. URL: <https://zen.in.ua/marketing/protses-upravlinnya-marketingom/pozitsionuvannya-tovaru-na-rinku>
35. Позичіонування продуктів та торгівельних марок на ринку. URL: [https://pidru4niki.com/82285/marketing/pozitsionuvannya\\_produkativ\\_torgivelnih\\_marok\\_na\\_rinku](https://pidru4niki.com/82285/marketing/pozitsionuvannya_produkativ_torgivelnih_marok_na_rinku)
36. Позичіонування. Побудова позиційної схеми. Різновиди стратегій позиціонування. URL: <https://studfile.net/preview/9760205/page:19/>
37. 10 маркетингових досліджень, які можна провести онлайн. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/10-marketingovyh-issledovaniy-kotorye-mozhno-provesti-onlajn/>
38. Маркетингове дослідження позиціонування товару чи послуг фірми. URL: <https://ru.scribd.com/document/689638491/%D0%9A%D1%83%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F-7-%D1%81%D0%B5%D0%BC>
39. Що таке програма лояльності і як її використовувати. URL: <https://tranzzo.com/uk-ua/blog/shcho-take-prohrama-loialnosti-ta-yak-yii-vykorystovuvaty>
40. Як правильно підібрати програму лояльності для вашого магазину? URL: <https://skynum.ua/blog/kak-pravilno-podobrat-programmu-loyalnosti-dlya-vashego-magazina>
41. Тараненко І.В., Мішустіна Т.С., Яременко С.С. Стратегічна роль інтегрованих маркетингових комунікацій в інноваційній діяльності підприємств. В кн.: Маркетингові комунікації в сучасному мінливому середовищі: монографія [Ромат Є. В., Віктор І., Ваїак М., Собура І., Санак-Космоська К., Багорка М.О., Тараненко І.В., Мішустіна Т.С., Яременко С.С. та ін.]; за заг. ред. В. Ф. Іванова та Є. В. Ромата. Київ: Студцентр, 2022. - 212 с.
42. Мостова А.Д., Тараненко І.В., Щолокова Г.В. Ukrainian electronic commerce: current trends and development prospects in the conditions of Ukraine's integration into the EU

- digital single market. В кн.: The EU Cohesion policy and healthy national development: Management and promotion in Ukraine (2023). (Eds. N. Letunovska, L. Saher, A. Rosokhata). Szczecin: Centre of Sociological Research. 645 p.
43. Щолокова Г.В., Тараненко І.В. Особливості комунікації у цифрову добу: етикет у соціальних мережах. В кн. Development of sustainable communications of higher education institutions in social media: the collective monograph. Edited by Z. Dabrowski, W. Duranowski, L. Huliaieva, A. Oliiynk. Warsaw, Zofia Zamenhof Foundation, 2023. PP. 278 – 284.
44. Мостова А.Д., Тараненко І.В., Щолокова Г.В. Цифрова трансформація бізнесу і суспільства: роль цифрових навичок. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Випуск 4 (41) 2023. С 51-57.
45. Яременко С.С., Тараненко І.В., Шевченко В.М., Кузьменко М.О. Інфлюенс-маркетинг як ефективний інструмент залучення споживачів. Європейський вектор економічного розвитку. 2023. – Вип. № 2 (35). – С. 125-142.
- Тараненко І.В., Мілютін О.О., Щолокова Г.В., Яременко С.С. Створення портрету споживача для вибору ефективних каналів маркетингової комунікації. Ефективна економіка. № 3, 2023. Електронне видання. URL: <https://www.nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/1267>.
47. Шевченко В.М., Тараненко І.В., Яременко С.С., Мусаєв Р.А. Аналіз асортиментної політики торгового підприємства та напрями її вдосконалення. Європейський вектор економічного розвитку. – Університет імені Альфреда Нобеля: Дніпро. – 2023. – Вип. № 1 (34). – С. 119-132.
48. Тараненко І.В., Мішустіна Т.С., Яременко С.С. Стратегічні інноваційні орієнтири маркетингової комунікаційної діяльності підприємств країн ЄС та України. Нобелівський вісник №1 (56), 2021. С. 92-106.
49. Яременко С.С., Тараненко І.В., Язикова О.М. Стратегічні пріоритети мобільного оператора «Vodafone» на телекомунікаційному ринку України. Європейський вектор економічного розвитку. №2 (29), 2020. – С. 104-120.
50. Тараненко І.В. Стратегічні інструменти забезпечення інноваційної конкурентоспроможності підприємства в глобальному середовищі. Європейський

вектор економічного розвитку: зб. наук. пр. – Дніпро: Університет ім. Альфреда Нобеля, 2018. Вип. 2 (25). С. 110 –122.

51. Тараненко І.В., Шевченко В.М., Селезньова О.Ю. Динаміка індексу споживчих настроїв населення в контексті економічного зростання країн. Економічний простір: зб. наук. пр. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2018. №134. С. 56–69.
52. Тараненко І.В., Лимонова Е.М., Ключник Р.М. Конкурентні бізнес-стратегії підприємств країн ЄС в умовах економічної нестабільності. Академічний огляд, 2024, №2 (61).
53. Shevchenko V., Taranenko I., Yaremenko S., Mishustina T., Poprotskyu O., Mostova A. Trends in Digital Marketing in the Context of Information Society Development. *Postmodern Openings*, 2022, 13(2), 448-460.
54. Hurzhyi, N., Mishustina, T., Kulinich, T., Dashko, I., Harmider, L., & Taranenko, I. The Impact of Innovative Development on the Competitiveness of Enterprises. *Postmodern Openings*, 2021, 12(4), 141-152.
55. *Iryna Taranenko, Valentyna Chychun, Olha Korolenko, Iryna Goncharenko, Iryna Zhuvahina*. Management of the Process of E-Commerce Development in Business on the Example of the European Union. *Studies of Applied Economics Vol. 39, No 5*, 2021. URL: <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/4911>