

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра журналістики та реклами

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОЇ РЕКЛАМИ У МЕДІАПРОСТОРІ
ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ**

(по матеріалам ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД»,

Дніпропетровська обл., м. Кривий Ріг)

Студентки 4 курсу, 7 групи
спеціальності
061 «Журналістика»
спеціалізації «Реклама і
зв'язки з громадськістю»

Морозова Марина
Олегівна

Науковий керівник
д. е. н.,
доцент кафедри
журналістики та реклами

Файвішенко Діана
Сергіївна

Гарант освітньої-професійної
програми
д. е. н., доцент кафедри
журналістики та реклами

Файвішенко Діана
Сергіївна

Київ 2022

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Аналітична записка	5
РОЗДІЛ 2. Творче проєктування	12
ВИСНОВКИ	19
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	21
ДОДАТКИ	22



ВСТУП

Сучасний розвиток теорії та практики маркетингових комунікацій багато в чому характеризується еволюційними змінами інструментів та підходів спілкування зі споживачами, появою нових технологій, що призводить до модифікації медіарекламного середовища. З'являється новий діапазон розвитку маркетингових комунікацій, нові можливості їх змін, що значною мірою привертає увагу зарубіжних та російських дослідників. Проте задля аналізу сучасного становища маркетингових комунікацій і медіарекламного ландшафту стосовно українського ринку слід враховувати основні сучасні тенденції розвитку ринку комунікації, і навіть динаміку та напрями його розвитку.

Таким чином, актуальність нашого дослідження можна визначити зростанням ринку інтернет-реклами, зростанням її аудиторії, різким зростанням популярності онлайн відеореклами, що модифікує сегмент медійної реклами загалом; необхідністю переходу від монологу зі споживачем до діалогу з ним, а також іншими перерахованими вище тенденціями, що існують на ринку.

Питання організації та вдосконалення реклами розглядались в роботах провідних іноземних та вітчизняних вчених з маркетингу, менеджменту, комунікацій Альошиної І.В., Дж. Бернета, Лук'янець Т.І., Синяєвої І.М., Голубкової О.М., Д. Джоббер, Федько В.П., Королько В.Г. та інші.

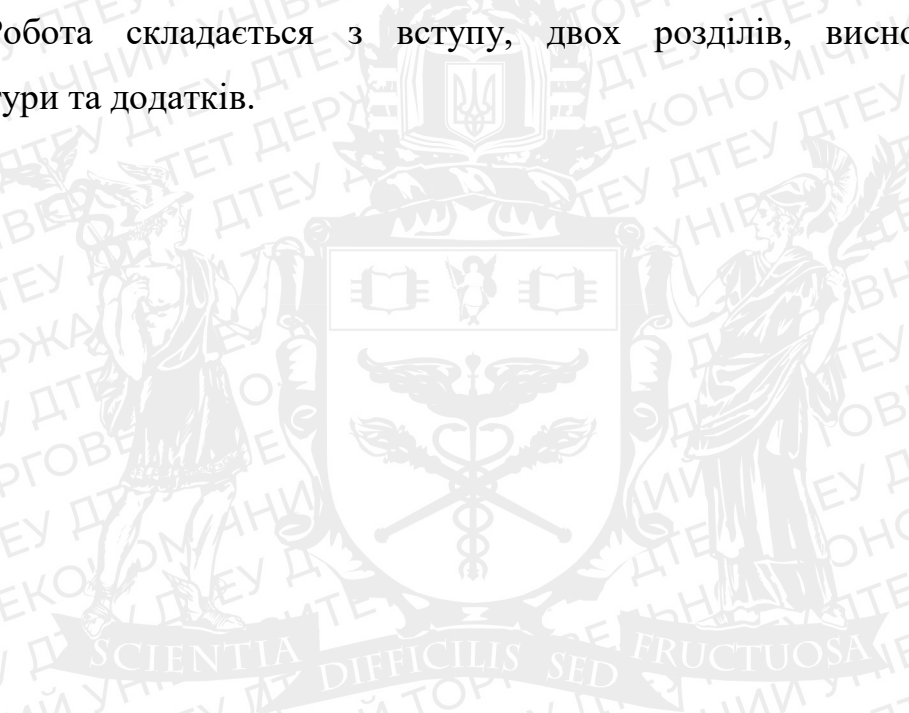
Мета дослідження – аналіз формування цифрової реклами у медіапросторі підприємства торгівлі (по матеріалам ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД», м. Кривий Ріг).

Об'єктом дослідження випускної кваліфікаційної роботи є процес формування цифрової реклами у медіапросторі підприємства торгівлі (по матеріалам ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД», м. Кривий Ріг).

Предмет дослідження – розробка комплексної рекламної кампанії для просування ТОВ «СІЛВЕРСТОУН ТРЕЙД», м. Кривий Ріг, та удосконалення цього напрямку діяльності у процесі реалізації.

Методологічна основа дослідження – теоретичні положення в галузі реклами та рекламної діяльності, в галузі ПР-діяльності. У дослідженні застосовувалися загальнонаукові методи аналізу та синтезу, методи узагальнення та методи порівняльного аналізу.

Робота складається з вступу, двох розділів, висновків, списку літератури та додатків.



РОЗДІЛ 1. Аналітична записка

Підприємство ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» зареєстровано 01.04.2021 року за юридичною адресою: 50065, Дніпропетровська область, місто Кривий Ріг, вулиця Соборності, будинок 70.

Керівником організації є Богачова Ірина Анатоліївна.

Розмір статутного капіталу складає 600 1000,00 грн.

Основні дані про ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Основні дані про ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» [1]

Повне найменування юридичної особи	Товариство з обмеженою відповідальністю «Сільверстоун»
Код ЄДРПОУ	44296434
Дата реєстрації	01.04.2021
Організаційно-правова форма	Товариство з обмеженою відповідальністю
Форма власності	Недержавна власність
Орган управління	Загальні збори учасників; директор
Статутний фонд	6001000 грн.
Установчий документ	Діє на підставі установчих документів, затверджених засновниками (учасниками)

Основний вид діяльності ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» - 46.31 оптова торгівля фруктами й овочами.

Додаткові види діяльності ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД»

- 46.90 – неспеціалізована оптова торгівля;
- 49.41 – вантажний автомобільний транспорт;
- 52.10 – складське господарство;
- 52.29 – інша допоміжна діяльність у сфері транспорту;
- 73.20 – дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки;

– 82.92 – пакування.

Управління діяльністю підприємства здійснюється його власником. Генеральний директор самостійно визначає структуру управління підприємства і формує штат. Організаційна структура управління представлена на рис. 1.1.

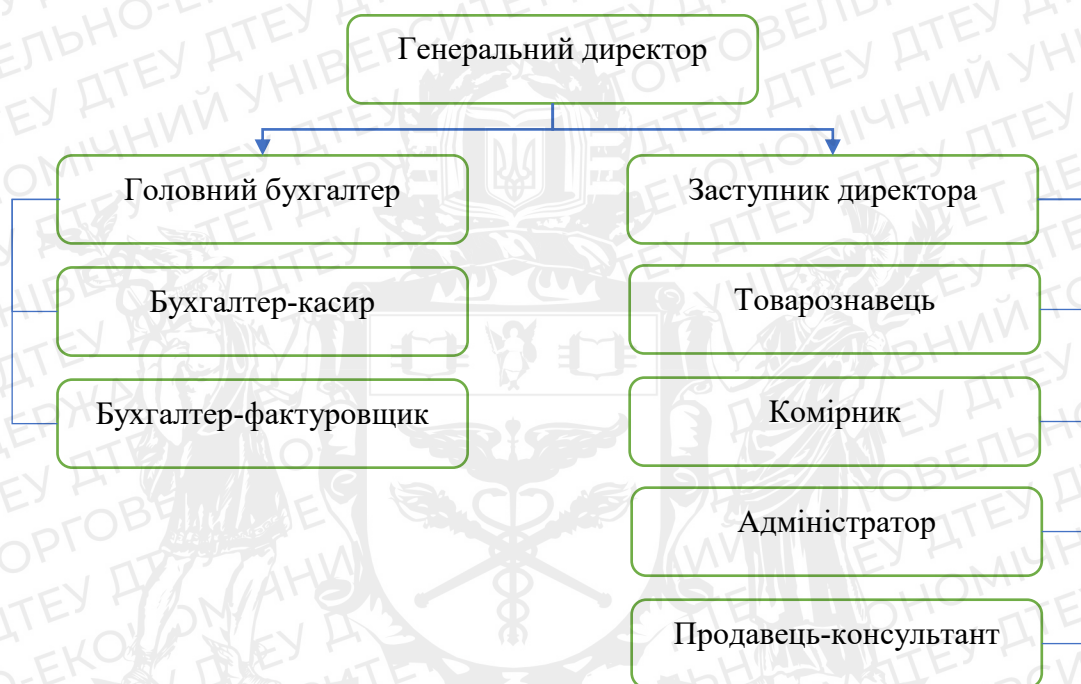


Рис. 1.1 – Організаційна структура ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» у 2021 році (складено за даними компанії)

Виходячи з Статуту ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» ставить такі стратегічні цілі своєї діяльності:

- зробити ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» процвітаючою компанією в області торгівлі;
- підтримка мережі філій і фірмових магазинів по всіх районах м. Кривий Ріг та Дніпропетровської області.

Особливе місце в системі управління ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» належить керівникам: генеральному директору і заступнику директора. Впливаючи через систему управління на виробничий процес за допомогою відповідного персоналу, керівники підвищують ефективність і

рентабельність підприємства. Вони організують роботу апарату управління, визначаючи головні завдання і цілі підприємства в поточному і перспективному розвитку, несуть особисту відповідальність за своєчасне прийняття та реалізацію стратегічних і оперативних рішень з усіх життєво важливих питань функціонування і розвитку підприємства.

Засновниками підприємства є генеральний директор і головний бухгалтер, які зробили внесок в статутний капітал. Вони беруть участь в управлінні справами підприємства, отримують частину прибутку.

Фахівців безпосередньо у галузі ПР у складі підприємства немає, що вважається негативним чинником. Зобов'язання спеціалісту з маркетингу та реклами займається безпосередньо директор ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД». Завданнями директора в цьому напрямку є підвищення споживчого попиту, підвищення впізнаваності компанії, реклама послуг компанії.

Реклама ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» спрямована на збільшення збуту товарів та послуг компанії. Проблема полягає в тому, що реклама ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» не має на меті привернути увагу широкого загалу споживачів. Компанія обмежена за місцем розташування.

Реклама ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» має таку структуру (станом на початок 2022 року):

- рекламу в мережі Інтернет;
- реклама у спеціалізованих рекламних виданнях;
- зовнішня реклама;
- виставки та інші рекламні заходи.

Структура розподілу коштів у рамках рекламної та маркетингової діяльності ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» представлена на рис. 1.2.

Можна побачити згідно з даними, наведеними на рис. 1.2, що більша частина рекламного бюджету ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» у 2021 році припала на рекламу у мережі «Інтернет», загалом 54,5% від усього рекламного бюджету. Реклама у спеціалізованих рекламних виданнях становить лише 26,8 % від усього рекламного бюджету у 2021 році.

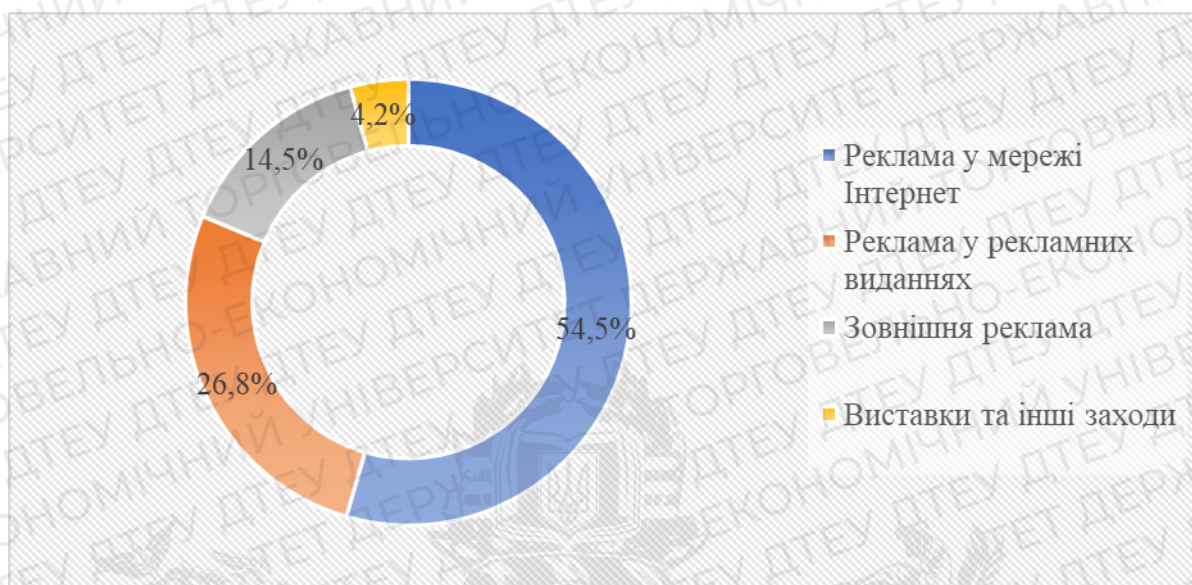


Рис. 1.2 – Рекламний бюджет ТОВ «СІЛВЕРСТОУН ТРЕЙД» у 2021 році,
% (складено за даними компанії)

Зовнішня реклама застосовується на рекламних транспарантах (розтяжках). Усього 4,2% рекламних засобів ТОВ «СІЛВЕРСТОУН ТРЕЙД» витрачається на виставки та інші рекламні заходи, що вважатимуться негативним чинником діяльності компанії. Спеціальних ПР-заходів та маркетингових комунікацій не застосовується у діяльності ТОВ «СІЛВЕРСТОУН ТРЕЙД».

Основним способом цифрової реклами ТОВ «СІЛВЕРСТОУН ТРЕЙД» в мережі Інтернет здійснюється на сайтах компаній-партнерів. Власного сайту у ТОВ «СІЛВЕРСТОУН ТРЕЙД», як і сторінок у соціальних мережах, компанія не має.

Необхідність використання корпоративних web-сайтів компаній, працюючих на ринку торгівлі, полягає в наступному:

- надання клієнтам копій ліцензій і сертифікатів у відкритому доступі;
- забезпечення можливості клієнтам легкої подачі заявок на надання товарів та послуг;

- надання у відкритому доступі інформації про товари та послуги;
- підвищення обсягів охоплюється аудиторії потенційних клієнтів;
- отримання можливості проведення більш ефективної рекламної політики.

Цілями використання корпоративних web-сайтів компаній, що займаються торгівлею фруктами та овочами, є:

- зниження витрат на рекламу за рахунок часткової відмови від розміщення рекламних оголошень в біжучому рядку, друкованих виданнях, зовнішньої реклами і, одночасного, проведення рекламної компанії в інтернеті і пошукової оптимізації (SEO) корпоративного сайту, витрати на яку будуть нижче;
- збільшення клієнтської бази та бази працівників;
- підвищення конкурентоспроможності компанії.

Проведемо аналіз сайтів компаній – основних конкурентів ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД», представлених в таблиці 2.1.

Таблиця 1.2

Web-сайти конкурентів компанії ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД»

Найменування компанії	Адреса web-сайту	Використовувана система
«FrutasBimar 2008 SL»	https://www.frutasbimar.es/ukr_index.html	Joomla
ТОВ «Тропик»	https://tropik.ua/	Modx

Зовнішній вигляд сайту аналізованих компаній наведено у Додатку А.

Функціональні можливості сайту компанії «FrutasBimar 2008 SL» наступні:

1. Можливість дізнатися про компанію.
2. Надання інформації про послуги.

Плюси:

1. Швидке завантаження сторінок.
2. Інтуїтивно-зрозумілий інтерфейс.
3. Можливість дізнатися про компанію і послуги за кілька кліків.

Мінуси:

1. На сайті немає інформації про останні новини компанії.
2. Відсутня гостьова книга (можливість залишати відгуки).
3. Відсутня зворотний зв'язок.

Функціональні можливості сайту ТОВ «Тропик» наступні:

1. Надання інформації про компанії.
2. Інформація про послуги.

Плюси:

1. Присутні новини компанії.
2. Швидке завантаження сторінок.
3. Присутній інформація про новини компанії.

Мінуси:

1. Відсутня карта сайту.
2. Відсутні відгуки.
3. Відсутня зворотний зв'язок.
4. Занадто багато інформації, користувач може «заблукати».

Підіб'ємо підсумок в зведеній таблиці 1.3 за п'ятибальною шкалою.

Таким чином, були враховані переваги і недоліки web-сайтів компаній конкурентів, табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Порівняльна таблиця web-сайтів конкурентів

Найменування компанії	Функціональні можливості	Швидкодіяльність	Інформативність
«FrutasBimar 2008 SL»	3/5	4/5	4/5
ТОВ «Тропик»	3/5	5/5	5/5

Таким чином, можна зробити загальні висновки про рекламну та PR-діяльність ТОВ «СІЛВЕРСТОУН ТРЕЙД». У рекламі компанії велика частка витрат на рекламу у мережі інтернет (54,5%), однак власного сайту у ТОВ «СІЛВЕРСТОУН ТРЕЙД», як і сторінок у соціальних мережах, не має. Проведений аналіз також дозволяє стверджувати, що ні іміджева, ні стимулююча реклама у діяльності ТОВ «СІЛВЕРСТОУН ТРЕЙД» не застосовуються. Компанія має лише рекламу стабільності, що не може бути ефективною на сучасному етапі. Заходи з реклами стабільності мають бути націлені на формування образу надійного підприємства. Необхідна розробка проекту створення корпоративного сайту для ТОВ «СІЛВЕРСТОУН ТРЕЙД». Основна необхідність використання корпоративного web-сайту ТОВ «СІЛВЕРСТОУН ТРЕЙД» полягає в наступному: забезпечення можливості клієнтам легкої подачі заявок на продаж товару та надання послуг; надання у відкритому доступі інформації про товари та послуги.

РОЗДІЛ 2. Творче проєктування

Роботу зі створення web-сайту можна розділити на етапи [4, 5].

1) Підготовчий етап. На цьому етапі необхідно сформулювати основну ідею майбутнього сайту. Потрібно визначити яка мета буде у сайту, наприклад, навчання, розвага, інтернет-магазин, продаж будь-яких послуг, бізнес сайт, або просто заробіток на сайті.

2) Розробка макета. Після постановки завдань майбутнього сайту розробляється майбутній шаблон або шаблони, з яких можна вибрати потрібний варіант [6-8].

3) Наповнення сайту контентом. Ефективність роботи сайту пов'язана з наповненням контенту, тобто текстової та графічної інформації. Іноді матеріали для заповнення є у замовника, якщо немає, то він звертається до фрілансерів, для того, щоб вони написали необхідні статті. Зазвичай на сайтах використовуються SEO-копірайтинг, це техніка створення текстів для сайту, яка враховується не тільки особливості сприйняття користувачем, а й необхідна для просування в пошуковій системі. такі роботи мають свою ціну виходячи з обсягу необхідних матеріалів [9].

4) Розкрутка сайту. Повністю готовий і наповнений інформацією сайт не гарантуватиме потік користувачів.

5) Підтримка сайтів. Тут слід врахувати, яким чином будуть додаватися або редагуватися матеріали і розділи сайту. Можливо, буде потрібно зробити архів статей, куди будуть потрапляти не актуальні новини.

Отже, щодо інтернет-сайту, що розробляється в даному проєкті, зробимо виділення основних етапів проведення робіт, без календарного розмежування часу: розробка загальної концепції інтернет-сайту; розробка структури сайту; вибір платформи; розробка дизайну сайту і підбір шаблону; підбір і установка модулів і плагінів; наповнення контентом; публікація сайту в мережі Інтернет.

Головна сторінка сайту зображена на рис. 2.1. На головній сторінці є меню, а також короткий опис компанії і останні актуальні новини.

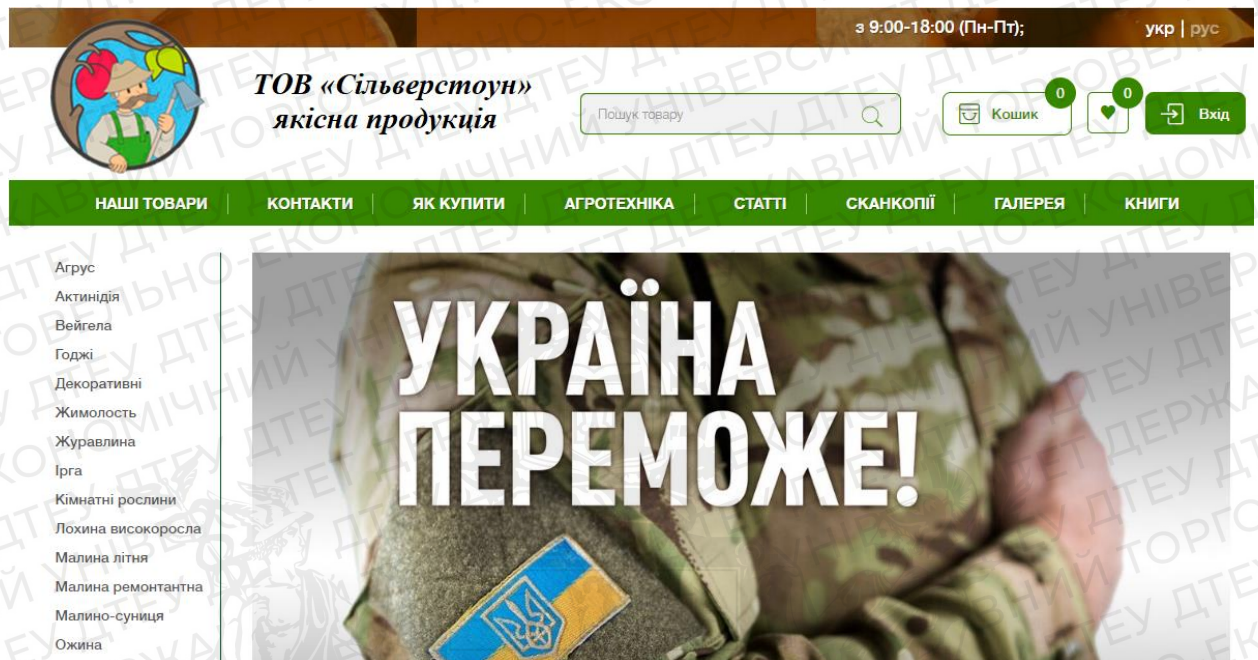


Рис. 2.1 – Макет головної сторінки сайту ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД»
(складено за даними компанії)

Деякі пункти головного меню мають розкриваються підменю, що робить інформаційну навігацію краще, при цьому візуально веб-сайт не навантажується. Так само справа розташований пошук по сайту. Дане меню відображається на всіх сторінках сайту.

Меню «Наші товари» має випадають підміню, що складається з пунктів асортименту компанії, «Індивідуальне замовлення» і «Кошик».

«Наші товари» відображає категорії товарів, а також загальний список наявних товарів.

Щоб ознайомитися детальніше з обраним товаром, необхідно натиснути лівою кнопкою миші на назву товару, або на його зображення. На сторінці товару ми можемо докладніше дізнатися такі дані товару, як матеріал, вага і т.п.

На сторінці товару можна залишити коментар і оцінити товар по п'ятибальною системою. Оцінки впливають на порядок відображення товарів в загальному списку товарів.

Завдяки калькулятору вартості користувачів може індивідуально підібрати під себе замовлення, вибравши необхідні йому параметри.

Після натискання на кнопку «В кошик», товар переміщується в кошик.

Про це повідомляє спеціальне поле, яке запрошує подивитися кошик. При натисканні на кнопку ми потрапляємо в кошик.

Опинившись в кошику, можна ознайомитися з вибраними товарами, вказати кількість товарів, що купуються і ввести цифри купона для отримання знижки.

Якщо покупця все влаштовує, то йому необхідно натиснути на кнопку «Оформити замовлення». Після натискання покупець потрапить на сторінку оформлення замовлення. Сторінка оформлення замовлення містить в собі обов'язкові поля, які необхідно заповнити, щоб оформити замовлення.

Сторінка «Контакти» містить інформацію про графік роботи компанії, її реквізити та форму зворотного зв'язку, на випадок якщо відвідувачеві необхідно буде зв'язатися.

Також вважаємо за необхідне створення та просування ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» на майданчиках Instagram, Facebook та Telegram, відеохостингу YouTube, залучення зацікавлених клієнтів з метою придбання товару компанії (Додаток Б).

Ефективність впровадження та створення корпоративного сайту компанії ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» обумовлюється дією ряду факторів організаційного, інформаційного та економічного характеру.

Інформаційний фактор ефективності виражається в підвищення рівня інформованості як співробітників, так і системного адміністратора.

Економічний фактор проявляється в тому, що вся оброблювана інформація, в кінцевому рахунку, спрямована на поліпшення використання трудових і часових ресурсів.

Базою для оцінки економічної ефективності корпоративного сайту може служити час, що витрачається на складання заявки, час на обробку заявки, час на підрахунок необхідних витратних матеріалів, час на інвентаризацію.

Оцінити ефективність застосування корпоративного сайту можна за допомогою прямих і непрямих показників. Прямі (або економічні) показники дають оцінку автоматизації в грошовому вираженні, включають в себе визначення витрат на розробку і експлуатацію інформаційної системи (тобто визначення повної вартості володіння інформаційною системою), визначення грошового потоку, вивільненого за рахунок інформаційної системи. До непрямих показників можна віднести [10]:

- підвищення оперативності та актуальності інформації;
- підвищення якості інформації, її точності, детальності;
- підвищення якості обслуговування співробітників;
- підвищення якості праці за рахунок скорочення рутинних операцій.

Облік фактичних витрат часу представляємо у вигляді таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Фактичні витрати часу

Етап розробки	Фактичні витрати, год.
1. Підготовка і опис завдання	2
2. Дослідження алгоритму розв'язання задачі	5
3. Розробка алгоритму розв'язання задачі	10
4. Складання програми по готовій блок-схемі	20
5. Розробка продукту	64
6. Підготовка документації по завданню	12
6.1. Підготовка матеріалу в рукописі	6
6.2. Редагування, друк і оформлення документації	6
РАЗОМ	113

Витрати часу на розробку з урахуванням складності програми виражаються твором фактичних витрат часу на розробку і коефіцієнта складності:

$$t_{\text{складності}} = 113 * 1,375 = 155 \text{ год.}$$

Витрати з оплати праці розробника програми визначаються за такою формулою:

$$З_{\text{розр}} = t_{\text{складності}} * С_{\text{розр}}$$

де $t_{\text{складності}}$ - трудомісткість створення програми, з урахуванням складності програми, виражена в годинах;

$С_{\text{розр}}$ - середня годинна оплата праці інженера-програміста (беремо середній показник годинної оплати).

$$З_{\text{розр}} = 155 * 213 = 33015 \text{ грн.}$$

При формуванні загальних витрат на створення програмного продукту, крім витрат на оплату праці розробника і на оплату машинного часу, необхідно враховувати витрати, пов'язані з використанням витратних матеріалів і комплектуючих в процесі проектування, розробки і впровадження. Статті витрат на витратні матеріали із зазначенням їх вартості показані в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Витратні матеріали

Стаття витрат	Вартість за одиницю, грн.	Кількість	Загальна вартість, грн.
Користування ресурсами Інтернет, год	0,87	30	26
Папір, листів	0,3	20	6
Разом			32

Загальні витрати на розробку програмного продукту складуть:

$$В_{\text{заг}} = 33015 + 32 = 33707 \text{ грн.}$$

Обчислимо передбачувану ціну продукту з урахуванням норми прибутку:

$$Ц = B_{\text{заг}} * (1 + N)$$

де $B_{\text{заг}}$ – загальні витрати на розробку програмного продукту;

N – норма очікуваного прибутку.

$$Ц = 33707 * (1 + 0,2) = 40448 \text{ грн.}$$

Отже, передбачувана ціна даного продукту з урахуванням норми прибутку склала 40448 грн.

Результатом впровадження в установі даного програмного продукту буде скорочення трудових і часових ресурсів на обслуговування заявок співробітників.

В таблиці 3.3 вказані показники, які допомагають розрахувати ефективність від впровадження даного програмного продукту.

Таблиця 2.3

Розрахунок економічної ефективності

Показники	Одиниці виміру	До впровадження	Після впровадження
Час на складання, передачу та розгляд службової записки	хв	15	1
Середня кількість заявок на місяць	осіб	25	25
Тимчасові витрати на місяць	хв	375	25
заощаджений час	год	-	5,83
Середня заробітна плата співробітників на годину	грн	200	200
Вартість зекономлених тимчасових витрат на місяць	грн	-	1600
Час на підрахунок залишку витратних матеріалів, підрахунок і складання заявки на нові матеріали з урахуванням витрат, складання різних звітів	год	12	1
Заощаджений час	год	-	11
Середня заробітна плата системного адміністратора в годину	грн	176	176
Вартість зекономлених тимчасових витрат на місяць	грн	-	3360
Загальна вартість зекономлених	грн		5404

тимчасових витрат на місяць			
-----------------------------	--	--	--

Отже, з огляду на, що передбачувана вартість програмного продукту становить 40448 грн., знайдемо термін його окупності:

$$\text{Токуп} = \frac{40448}{5404} = 7,4 \text{ міс}$$

Отриманий програмний продукт має досить швидкою окупністю.

Також пропонується створення листівок з короткою інформацією про компанію, де буде розміщено QR-код (Додаток В). Скориставшись ними, користувачі одразу потраплять на сайт ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД», де їм буде запропоновано проголосувати за обраний товар та написати коментар. Мотивація користувача – можливість виграти призи (головний приз – подорож на виробничу екскурсію ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД»). Потрібно враховувати особливості використання QR-кодів у рекламних компаніях: спосіб та місце розміщення QR-кодів, можливість їх швидкого сканування, мотивація клієнта (конкурси, голосування, призи, обговорення тощо).

ВИСНОВКИ

Підприємство ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» зареєстровано 01.04.2021 року за юридичною адресою: 50065, Дніпропетровська область, місто Кривий Ріг, вулиця Соборності, будинок 70. Основний вид діяльності ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» - 46.31 оптова торгівля фруктами й овочами.

Управління діяльністю підприємства здійснюється його власником. Генеральний директор самостійно визначає структуру управління підприємства і формує штат. Засновниками підприємства є генеральний директор і головний бухгалтер, які зробили внесок в статутний капітал. Вони беруть участь в управлінні справами підприємства, отримують частину прибутку. Фахівців безпосередньо у галузі ПР у складі підприємства немає, що вважається негативним чинником. Зобов'язання спеціалісту з маркетингу та реклами займається безпосередньо директор ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД». Завданнями директору в цьому напрямку є підвищення споживчого попиту, підвищення впізнаваності компанії, реклама послуг компанії.

Реклама ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» спрямована на збільшення збуту товарів та послуг компанії. Проблема полягає в тому, що реклама ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» не має на меті привернути увагу широкого загалу споживачів. Компанія обмежена за місцем розташування. Більша частина рекламного бюджету ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» у 2021 році припала на рекламу у мережі «Інтернет», загалом 54,5% від усього рекламного бюджету. Реклама у спеціалізованих рекламних виданнях становить лише 26,8 % від усього рекламного бюджету у 2021 році.

Таким чином, можна зробити загальні висновки про рекламну та ПР-діяльність ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД». У рекламі компанії велика частка витрат на рекламу у мережі інтернет (54,5%), однак власного сайту у ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД», як і сторінок у соціальних мережах, не має.

Проведений аналіз також дозволяє стверджувати, що ні іміджева, ні стимулююча реклама у діяльності ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» не застосовуються. Компанія має лише рекламу стабільності, що не може бути ефективною на сучасному етапі. Заходи з реклами стабільності мають бути націлені на формування образу надійного підприємства. Необхідна розробка проекту створення корпоративного сайту для ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД». Основна необхідність використання корпоративного web-сайту ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» полягає в наступному: забезпечення можливості клієнтам легкої подачі заявок на продаж товару та надання послуг; надання у відкритому доступі інформації про товари та послуги.

Роботу зі створення web-сайту ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» можна розділити на наступні етапи: підготовчий етап; розробка макета; наповнення сайту контентом; розкрутка сайту; підтримка сайтів. При розробці дизайну web-сайту були встановлені наступні вимоги: загальний шаблон і колірна палітра для всіх модулів і сторінок сайту; читаність контенту; роздільні текстові блоки; інтуїтивно зрозумілий інтерфейс. При встановлених вимогах була обрана тема «Services». Особливості цієї безкоштовної версії включають в себе: повністю чуйний і сучасний дизайн, підтримку плагінів WooCommerce і bbPress, орієнтовність на SEO, дві призначені для користувача області меню, три призначені для користувача області віджету, зручні налаштування шаблону сторінок, можливість завантаження логотипу, заголовка, фону, можливість додавання шрифтів Google і багато іншого.

Ефективність впровадження та створення корпоративного сайту компанії ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД» обумовлюється дією ряду факторів організаційного, інформаційного та економічного характеру. Передбачувана ціна створення сайту з урахуванням норми прибутку склала 40448 грн. Термін його окупності склав 7,4 міс. Отриманий програмний продукт має досить швидкою окупністю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сервіс ЄДР Інфо (EdrInfo) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://edr-info.com/ua/company/44296434-tov-silverstoun-treyd>
2. Офіціальний сайт компанії «FrutasBimar 2008 SL» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.frutasbimar.es/ukr_index.html
3. Офіціальний сайт ТОВ «Тропик» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tropik.ua/>
4. Як створити інтернет-магазин на WordPress [Електронний ресурс] : [сайт]. – Режим доступу : <https://webformymself.com/kak-sozdat-internet-magazin-na-wordpress-bez-lishnix-zamorochek/>
5. Як створити сайт на WordPress: повне керівництво для новачків [Електронний ресурс] : [сайт]. – Режим доступу : <https://texterra.ru/blog/kak-sozdat-sayt-na-wordpress-polnoe-rukovodstvo-dlya-novichkov.html>
6. Двадцять корисних плагінів для інтернет-магазину на WordPress [Електронний ресурс] : [сайт]. – Режим доступу : <https://www.ecwid.ru/blog/20-plugins-for-wordpress-website.html>
7. Дзекетт Д. HTML и CSS. Разработка и создание веб-сайтов [Текст] / Д. Дзекетт. - Москва: Эксмо, 2014. - 480 с.
8. Основы CSS [Електронний ресурс] : [сайт]. – Режим доступу : <http://htmlbook.ru/content/osnovy-css>
9. Як наповнити сайт контентом: методи створення унікального контенту для сайту, які варто спробувати сьогодні [Електронний ресурс] : [сайт]. – Режим доступу : <https://semantica.in/blog/kak-napolnit-sajt-kontentom.html>
10. Самуэльсон П. Экономика [Текст] / П. Самуэльсон, У. Нордхаус. - Москва: БИНОМ, 2014. - 1360 с.

Додаток А



Рис. А.1 – Скрін головної сторінки сайту компанії «FrutasBimar 2008 SL»

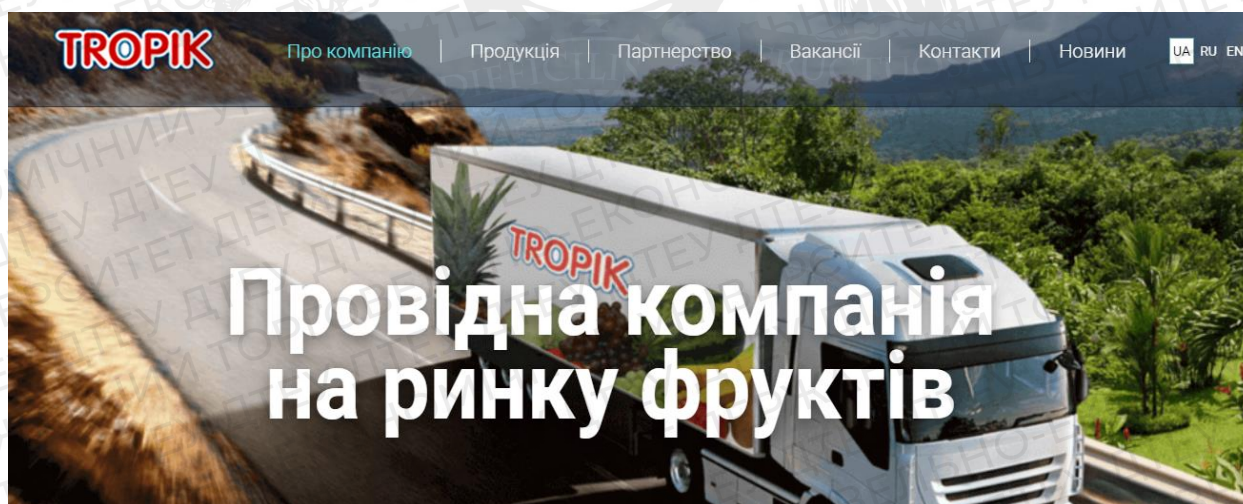


Рис. А.2 – Скрін головної сторінки сайту компанії ТОВ «Тропик»

Додаток Б



ТОВ «Сільверстоун»

подписчики:

подписки:

Подписаться

В магазин

Публикации

Информация

Упоминания

Отзывы

Подписчики

Фото

Ещё ▾

...

Краткая информация

Публикации

Фильтры

Рис. Б.1 – Макет головної сторінки соціальної мережі Instagram ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД»

Instagram

Поиск



Сільверстоун

Отправить сообщение

Подписаться



публикаций

подписчиков

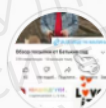
подписок

Оптова торгівля фруктами й овочами

50065, Дніпропетровська область,
Кривий Ріг, вул. Соборності, 70



весна 2022



відеовідгуки



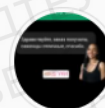
Декоративні



Важливо



Відгуки



відгуки 2021



семінари

Рис. Б.2 – Макет головної сторінки соціальної мережі Facebook ТОВ

«СІЛВЕРСТОУН ТРЕЙД»

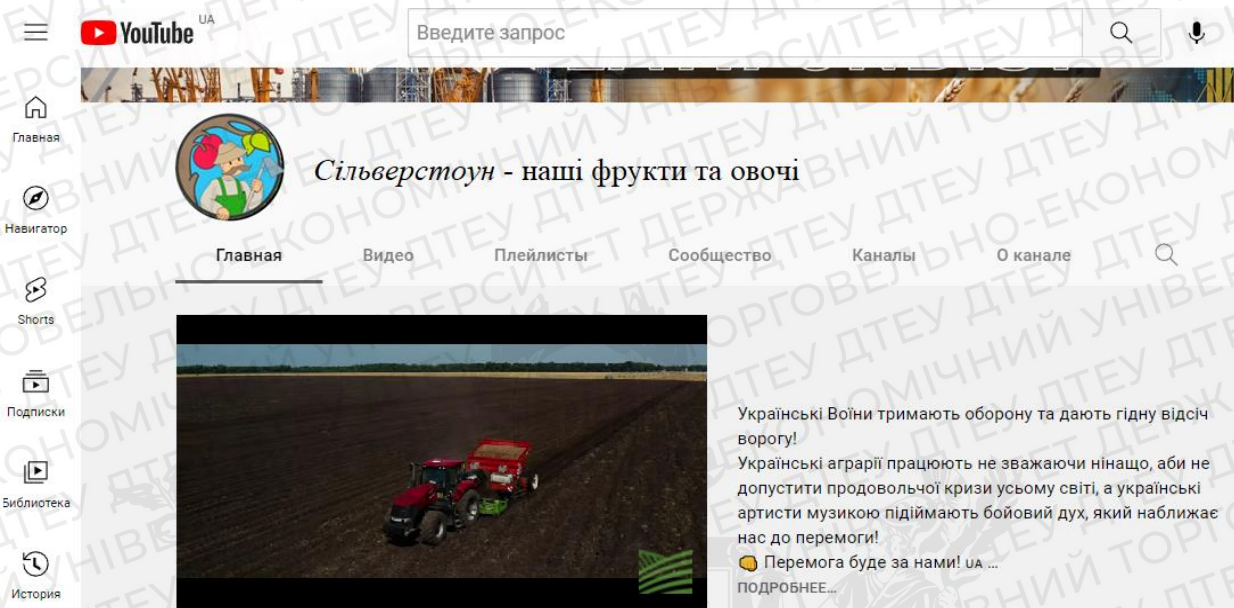


Рис. Б.3 – Макет головної сторінки відеохостингу YouTube ТОВ

«СІЛВЕРСТОУН ТРЕЙД»

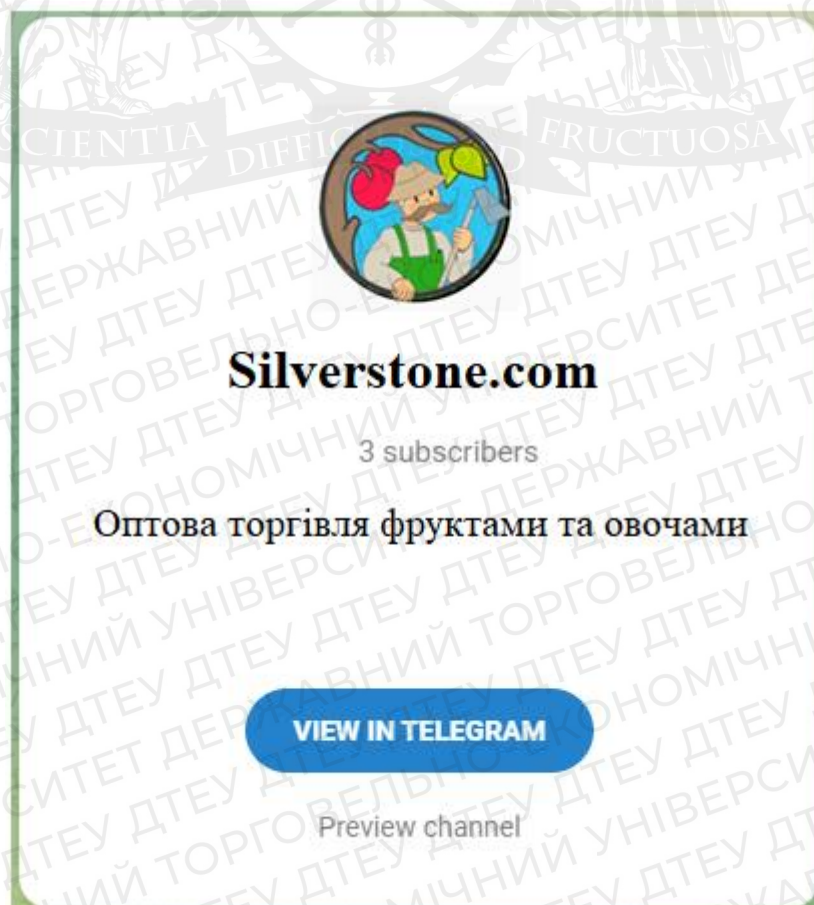


Рис. Б.4 – Макет головної сторінки соціальної мережі Telegram ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД»

Додаток В



ТОВ «Сільверстоун»

Продукція, послуги

заморожена полуниця, заморожена вишня без кісточки, заморожена малина дріб, заморожена малина екстра (ціла), ківі заморожений кубик, заморожений ананас кубик, абрикос кубик, часточка заморожений персик кубик, заморожена чорна смородина, заморожена капуста брокколі, цвітна капуста, квасоля стручкова, заморожений горох, брюссельська капуста, печериця різаний

Інформація про компанію

ТОВ "Сільверстоун інвестмент" працює на ринку заморозки в Україні понад 6 років за цей проміжок часу зарекомендував себе як надійний і стабільний партнер.

Юридична адреса

04119, м. Київ, вул. Сім'ї Хохлових, 8

Фактична адреса

м. Дніпро, вул. Журналістів, 18

Телефони

[\(067\) 5600626](tel:(067)5600626), [\(067\) 5603808](tel:(067)5603808)



Рис. В.1. Листівки з короткою інформацією про ТОВ «СІЛЬВЕРСТОУН ТРЕЙД»