

Український державний університет залізничного транспорту

Кафедра маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії

УДОСКОНАЛЕННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО  
ПІДПРИЄМСТВА

Пояснювальна записка і розрахунки

до дипломної роботи

МРЕ. 300.01.14. 05

Розробив студент групи 215 –М – Д23  
спеціальності 075 «Маркетинг»  
(роботу виконано самостійно,  
відповідно до принципів академічної  
добросовісності)

Владислав САРАКУЦА

Керівник: доцент, канд. екон. наук

Оксана ЧЕБАНОВА

Рецензент: доцент, канд. екон. наук

Володимир ВОЛОХОВ

## АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота на тему «Удосконалення рекламної діяльності торговельного підприємства» містить 98 сторінок, 10 таблиць, 12 рисунків і 1 додаток.

**Актуальність теми** обґрунтована зростаючим значенням ефективної рекламної діяльності у сфері роздрібно́ї торгівлі зоотоварами, що зумовлено трансформацією споживчих уподобань, діджиталізацією торгівлі, економічною нестабільністю та посиленням конкуренції на ринку. В сучасних умовах розвитку українського ринку зоотоварів впровадження інноваційних рекламних стратегій є ключовим фактором забезпечення конкурентоспроможності підприємства та залучення нових клієнтів.

**Метою роботи** є аналіз існуючих та розробка нових підходів до вдосконалення рекламної діяльності торговельного підприємства на прикладі мережі Master Zoo, а також оцінка ефективності їх впровадження в умовах сучасного ринку.

**Предметом дослідження** є система організації та управління рекламною діяльністю торговельного підприємства Master Zoo в умовах динамічного розвитку ринку зоотоварів, економічної нестабільності та високої конкуренції.

**Об'єктом дослідження** процеси формування та реалізації рекламної діяльності у роздрібно́ї торгівлі, спрямовані на підвищення ефективності комунікації зі споживачами та збільшення обсягів продажів.

У роботі проведено комплексний аналіз сучасного стану та основних тенденцій розвитку ринку зоотоварів України в умовах економічної нестабільності та трансформації споживчого попиту. Досліджено інноваційні рекламні інструменти та digital-рішення, здійснено оцінку ефективності рекламної діяльності мережі Master Zoo, а також розроблено рекомендації щодо вдосконалення рекламних стратегій підприємства.

**Ключові слова:** рекламна діяльність, маркетингові комунікації, роздрібна торгівля, ринок зоотоварів, мережа Master Zoo, digital-маркетинг, ефективність реклами, споживча поведінка.

## ABSTRACT

The qualification paper titled «Improving the Advertising Activities of a Commercial Enterprise» contains 98 pages, 10 tables, 12 figures and 1 appendices

**The relevance** of the topic is substantiated by the growing importance of effective advertising activities in the pet supplies retail sector, driven by the transformation of consumer preferences, retail digitalization, economic instability, and increased market competition. In the current conditions of the Ukrainian pet supplies market development, the implementation of innovative advertising strategies is a key factor in ensuring enterprise competitiveness and attracting new customers. The objective of the work is the analysis of existing and development of new advertising communications, as well as the evaluation of the effectiveness of their implementation.

**The objective** of the study is to analyze existing and develop new approaches to improving the advertising activities of a commercial enterprise, using the Master Zoo retail chain as an example, and to evaluate the effectiveness of their implementation in current market conditions.

**The subject** of the research is the system of organization and management of advertising activities at the Master Zoo commercial enterprise under conditions of dynamic pet supplies market development, economic instability, and high competition.

**The object of the research** is the processes of formation and implementation of advertising activities in retail trade, aimed at improving consumer communication effectiveness and increasing sales volumes.

The study includes a comprehensive analysis of the current state and main development trends in the Ukrainian pet supplies market under conditions of economic instability and transformation of consumer demand. It explores innovative advertising tools and digital solutions, evaluates the effectiveness of Master Zoo's advertising activities, and develops recommendations for improving the enterprise's advertising strategies.

**Keywords:** advertising activities, marketing communications, retail trade, pet supplies market, Master Zoo chain, digital marketing, advertising effectiveness, consumer behavior.

## Зміст

Вступ	7
1 Теоретичні основи управління рекламною діяльністю торговельного підприємства	11
1.1 Сутність, цілі та завдання рекламної діяльності в сучасній роздрібній торгівлі	14
1.2 Особливості організації рекламної діяльності на ринку зоотоварів	19
1.3 Методи оцінки ефективності рекламних кампаній у роздрібній торгівлі	25
1.4 Digital-інструменти в рекламній діяльності підприємств роздрібно торгівлі	
Висновки по розділу 1	36
2 Аналіз маркетингового середовища на ринку зоотоварів України та рекламної діяльності мережі Master Zoo	37
2.1 Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку ринку зоотоварів України	38
2.2 Дослідження конкурентного середовища та рекламної активності основних гравців ринку	44
2.3 Аналіз господарської діяльності мережі Master Zoo	50
2.4 Оцінка ефективності рекламної діяльності мережі Master Zoo	
Висновки по розділу 2	50
3 Напрями вдосконалення рекламної діяльності мережі Master Zoo	65
3.1 Розробка комплексної digital-стратегії просування мережі Master Zoo	65
3.2 Впровадження інноваційних рекламних інструментів у діяльність підприємства	75

					<i>МРЕ. 300.01.14. 05</i>			
<i>Зм..</i>	<i>Арк.</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>				
<i>Розробив</i>		<i>Саракуца В.Д.</i>			<i>Удосконалення рекламної діяльності торговельного підприємства</i>	<i>Літ.</i>	<i>Аркуш</i>	<i>Аркушіє</i>
<i>Перевірів</i>		<i>Чебанова О.П.</i>					5	98
<i>Реценз.</i>		<i>Волохов В. А.</i>				УкрДУЗТ		
<i>Н. контр.</i>		<i>Мкртичьян О.М.</i>				Кафедра маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії		
<i>Затверд.</i>		<i>Зоріна О. І.</i>						

3.3 Удосконалення системи оцінки ефективності рекламних кампаній	77
3.4 Прогнозування економічної ефективності запропонованих заходів	82
Висновки по розділу 3	88
Загальні висновки	90
Список використаних джерел	92
Додаток А – Ілюстративний матеріал до дипломної роботи	96

					<i>МРЕ.300.01.14.05</i>	Арк.
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		6

## Список використаних джерел

1. Заруба В. Я., Парфентенко І. А. Маркетинг роздрібної торгівлі: навчально-методичний посібник для студентів економічних спеціальностей. Харків: НТУ «ХП», 2019. 106 с.
2. Троян В. П., Іваненко Ю. С. Економічна ефективність стратегій виходу на нові ринки // Наукові записки НаУКМА. 2021. № 3. С. 79–87.
3. Хоменко В. Л. Особливості маркетингових стратегій у сфері електронної торгівлі // Маркетинг у XXI столітті. 2023. № 4. С. 44–53.
4. Зоріна О. І., Нескуба Т. В., Мкртчян О. М. Маркетингово-економічний аналіз: конспект лекцій. Харків: УкрДУЗТ, 2021. 65 с.
5. Головачова Л. О., Пономаренко О. Ю. Аналіз сучасних трендів у маркетинговій діяльності торговельних підприємств // Маркетинг і цифрові технології. 2023. № 2. С. 34–41.
6. Сагер Л.Ю., Сигида Л.О., Євдокимова А.В. Формування теоретичного підходу до управління внутрішніми комунікаціями підприємства на основі збалансованої системи показників. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2018. Т. 2, № 5. С. 144-148
7. Makerska V.O., Khomenko L.M., Pimonenko T.V. Promotion tools in small and medium enterprises: bibliometric analysis. Проблеми системного підходу в економіці. 2021. 5(85). С. 64-74.
8. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing. Strategy, Implementation, and Practice. 8th ed. London: Pearson Education, 2022. 512 p.
9. Kotler P., Keller K. Marketing Management. 15th ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2019. 816 p.

## Інтернет ресурси

10. Косар Н., Заяць П. Інструменти маркетингових онлайн-комунікацій на ринку кормів для домашніх тварин // Економіка та суспільство. 2024. №61. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-147>. – Дата звернення: 25.12.2024.

11. Береза Т. Бенчмарки digital-маркетингу в петіндустрії // Promodo. 2024. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.promodo.ua/blog/na-yakimarketingovi-benchmarki-orientuvatisya-u-nishi-zootovariv-u-2024-roci>. – Дата звернення: 25.12.2024.

12. Promodo. Реклама товарів для тварин: оптимізація кампаній в Meta для MasterZoo. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.promodo.ua/cases/reklama-tovariv-dlya-tvarin-optimizaciya-kampaniy-v-meta-dlya-masterzoo>. – Дата звернення: 25.12.2024.

13. Promodo. Як допомогти бізнесу вийти в лідери. Дослідження ринку зоотоварів для MasterZoo. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.promodo.ua/cases/yak-dopomogti-biznesu-viyti-v-lideri-doslidzhennya-rinku-zootovariv-dlya-masterzoo>. – Дата звернення: 25.12.2024.

14. Лавська В. Інтерв'ю з СМО MasterZoo Тетяною Корнієнко // Promodo. 2024. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.promodo.ua/blog/ya-prinesla-kulturu-nezruchnih-zapitan----interv-yu-z-smo-masterzoo-tetyanoyu-korniienko>. – Дата звернення: 25.12.2024.

15. Данилюк Д. Основні тренди UX/UI дизайну у 2024 році: інклюзивність, використання AI та гейміфікація // Promodo. 2024. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.promodo.ua/blog/osnovni-trendi-ux-ui-dizaynu-u-2024-roci-inklyuzivnist-vikoristannya-ai-ta-geymifikaciya>. – Дата звернення: 25.12.2024.

16. Art-Marks. Дизайнерське оформлення профілю в Instagram. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://art-marks.ua/zoomarket-2/>. – Дата звернення: 25.12.2024.

17. Cases Media. Рекламна комунікація, експериментальний маркетинг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cases.media/en/masterzoo/portfolio>. – Дата звернення: 25.12.2024.

18. Speka Media. Майбутнє пухнастого e-commerce. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://speka.media/e-commerce-onlain-rinok-dlya-domashnikh-ulyublenciv-rynok-zootovariv-v-ukrayini-4o3z6v>. – Дата звернення: 25.12.2024.

19. UA-Retail. Як за рахунок технологій та досліджень зробити онлайн-полку ефективною. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua-retail.com/2023/07/yak-za-rahunok-texnologij-ta-doslidzhen-zrobiti-onlajn-polku-efektivnoyu/>. – Дата звернення: 25.12.2024.
20. UA-Retail. Як MasterZoo масштабує роздрібний бізнес. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua-retail.com/2023/11/yak-masterzoo-masshtabuyut-rozdribnij-biznes/>. – Дата звернення: 25.12.2024.
21. MasterZoo. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://masterzoo.ua/>. – Дата звернення: 25.12.2024.
22. MasterZoo. Facebook сторінка. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/masterzoo.ua>. – Дата звернення: 25.12.2024.
23. MasterZoo. Instagram профіль. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.instagram.com/masterzoo.ua/>. – Дата звернення: 25.12.2024.
24. MasterZoo. YouTube канал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/channel/UC8QZ4FzK115Q5z6Q5z6Q5z6Q>. – Дата звернення: 25.12.2024.
25. MasterZoo. LinkedIn профіль. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.linkedin.com/company/masterzoo-ua/>. – Дата звернення: 25.12.2024.
26. Косар Н.С., Заяць П.В. SERM у формуванні сегментоорієнтованих маркетингових комунікацій продавців кормів для домашніх тварин // Маркетинг і логістика в системі менеджменту: виклики цифрової глобалізації. 2024. С. 203–205. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/attachments/2024/oct/36215/zbirnikml2024fin1111.pdf#page=204>. – Дата звернення: 25.12.2024.
27. Косар Н. С., Кузьо Н. Є., Кузьо О. І. Особливості маркетингової комунікаційної політики вітчизняних виробників кормів для домашніх тварин // Via Economica. 2023. Вип. 2. С. 46–53. DOI: 10.32782/2786-8559/2023-2-7.
28. Борисенко О. С., Фісун Ю. В., Ткаченко А. Я. Інструменти маркетингових інтернет-комунікацій як складник механізму управління //



Економіка та управління підприємствами. 2020. Вип. 50. С. 85–91. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastructure50-14>.

29. Ігнатенко Р. В. Цифрові комунікації в маркетингу: сутність та перспективи розвитку в умовах пандемії COVID-19 // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2021. Вип. 31. С. 40–46. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.6034732>.

30. NV бізнес. Стан зооринку в Україні. Що змінила війна? [Електронний ресурс]. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/rinok-zootovarivzminivsiya-v-ukrajini-chi-vitrimayut-virobniki-tisk-viyni-ostanni-novini-50337052.html> (дата звернення: 22.12.2024).

31. Kyivstar business hub. Ринок зоотоварів і послуг в Україні зріс на 27%: як зообізнесу залишатися конкурентоспроможним у 2024 [Електронний ресурс]. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/rinok-zootovariv-i-poslug-v-ukrayini-zris-na-27-yakzoobiznesu-zalishatisya-konkurentospromozhnim-u-2024> (дата звернення: 22.12.2024).