

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ЦЗВФН**

**Кафедра маркетингу**  
(найменування кафедри)

Допущено до захисту  
Завідувачка кафедри  
**д.е.н., проф. І.Л. Литовченко**

---

(підпис)  
“ \_\_\_\_ ” травня 2020 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**  
зі спеціальності 075 Маркетинг  
(шифр та найменування спеціальності)  
за освітньою програмою Маркетинг  
(назва освітньої програми)

на тему: «Інтернет-маркетинг в діяльності підприємства «Скрип Ю. Ю.»»,  
(назва теми)

**Виконавець:**  
студент 4зф3 групи  
ЦЗВФН

Воротнюк Д. О. \_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник:**  
(науковий ступінь, вчене звання)

---

/підпис/

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	1
РОЗДІЛ I. ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ .....	3
1.1. Цілі та принципи інтернет-маркетингу .....	3
1.2. Аналіз методів залучення цільової аудиторії .....	12
1.3. Характеристика SEO - як одного з важливих інструментів інтернет-маркетинга.....	23
Висновки по розділу I.....	34
РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....	35
ПІДПРИЄМСТВА «СКРИП Ю.Ю.» У ВІРТУАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ .....	35
2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства та особливості його розвитку .....	35
2.2. Аналіз маркетингового середовища.....	38
2.3. Характеристика інтернет-маркетингової діяльності .....	54
Висновки по розділу II.....	60
РОЗДІЛ III. РЕКОМЕНДАЦІЇ ПО ВДОСКОНАЛЕННЮ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В ІНТЕРНЕТ .....	61
3.1. Розширення асортименту послуг .....	61
3.2. Надання послуг в актуальних сферах бізнесу .....	68
Висновки по розділу III.....	74
ВИСНОВКИ .....	75
Використані джерела.....	77

## АНОТАЦІЯ

**Воротнюк Д. А. «Інтернет-маркетинг в діяльності підприємства  
«Скрип Ю. Ю.»»,**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра  
зі спеціальності «075 Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг»,  
Одеський національний економічний університет  
м. Одеса, 2020 рік

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – підприємство ФОП «Скрип Ю. Ю.».

У роботі розглядаються теоритичні основи маркетингової діяльності в мережі Інтернет: цілі, принципи, переваги та особливості інтернет-маркетинга в діяльності підприємств, визначаються складові комплексу інтернет-маркетинг, основні методи залучення цільової аудиторії та їх характеристика.

Аналізується маркетингова діяльність підприємства ФОП «Скрип Ю. Ю.» на ринку послуг SEO, надається організаційно-економічна характеристика, проводиться аналіз макро та мікрорекламного середовища, досліджуються конкурентоспроможність та комплекс маркетингу.

Надаються рекомендації що до вдосконалення маркетингової діяльності підприємства ФОП «Скрип Ю. Ю.», шляхом розширення асортименту послуг, припинення обслуговування збиткових проектів, надання послуг бізнесу, сфера діяльності якого є актуальною та перспективною.

**Ключові слова:** інтернет-маркетинг, комплекс інтернет-маркетинга, маркетинг на ринку послуг SEO.

## ANNOTATION

**Vorotnyuk DA «Internet-marketing in the activities of the enterprise»  
«Scrip Y. Y.»,**

Qualification work consists of three sections. The object of research is the enterprise physical person pursuing entrepreneurial activity «Scrip Y. Y.».

The paper considers the theoretical foundations of marketing activities on the Internet: goals, principles, benefits and features of internet-marketing in the activities of enterprises, identifies the components of the internet-marketing complex, the main methods of attracting the target audience and their characteristics.

The marketing activity of the enterprise PPPEA «Scrip Y. Y.» is he analysis of the macro and micromarketing environment is carried out, competitiveness and a marketing complex are investigated.

Recommendations are given to improve the marketing activities of the enterprise PPPEA «Scrip Y. Y.», by expanding the range of services, termination of unprofitable projects, providing business services, the scope of which is relevant and promising.

**Keywords:** internet marketing, internet-marketing complex, marketing in the SEO services market.

## ВСТУП

**Актуальність.** В умовах сучасного стрімкого розвитку електронної торгівлі інтернет-маркетинг займає важливе місце у просуванні підприємства, його продукта.

Початок ведення комерційної діяльності в Інтернет дав поштовх розвитку такого напрямку в маркетингу, який змінив світ економіки. В електронній торгівлі він займає важливу та чи не єдину роль в інтернет-діяльності підприємства будь-якого масштабу. Концепції маркетингу у поєднанні з інформаційними технологіями несуть велике теоритичне та практичне значення для вирішення багатьох проблем, по новому вирішують такі задачі, як маркетингові дослідження, розробка стратегій, PR, допомагають досягти основну ціль - залучення цільової аудиторії, відіграють значну роль у досягненні та утриманні конкурентоспроможних позицій на ринку.

Важливу роль інтернет-маркетинга в віртуальній торгівлі приділяють українські та закордонні вчені. Його загальні поняття висвітлюють в своїх роботах Лтовченко І. Л., Капустіна Л. М. і Мосунов І. Д., Кожушко О. А., Чуркин І. и Агеев А.

Технологічний прогрес стимулює появу нових, та розвиток вже існуючих методів просування продукта та залучення цільової аудиторії в Інтернет. Умови жорсткої конкуренції вимагають від підприємств, які ведуть свою діяльність в мережі, застосування таких методів. Шанси на здобуття конкурентоспроможних позицій, перевершення конкурентів, залежать від уміння підприємств застосовувати ці методи у комплексі з концепцією маркетинга.

**Метою дипломної роботи** є дослідження маркетингової діяльності, зокрема в мережі Інтернет, підприємства ФОП «Скрип Ю. Ю.» на ринку України, аналізу мікро- та макромаркетингового середовища, конкурентоспроможності підприємства серед українських підприємств-конкурентів, надання рекомендацій по вдосконаленню маркетингової діяльності.

**Завдання дослідження:**

- дослідити основні фактори мікро- та макромаркетингового середовища;
- дослідити конкурентів підприємства ФОП «Скрип Ю. Ю.»;
- дати оцінку конкурентоспроможності ФОП «Скрип Ю. Ю.»;
- виявити сильні та слабкі сторони підприємства ФОП «Скрип Ю. Ю.»;
- виявити можливості та ризики підприємства ФОП «Скрип Ю. Ю.»;
- виявити послуги, які мають попит в сфері діяльності підприємства ФОП «Скрип Ю. Ю.»;

дослідити особливості маркетингової діяльності підприємства ФОП «Скрип Ю. Ю.»;

проаналізувати комплекс маркетингової діяльності підприємства ФОП «Скрип Ю. Ю.»;

запропонувати шляхи що до удосконалення діяльності ФОП «Скрип Ю. Ю.»;

скласти рекомендації що до впровадження удосконалення діяльності ФОП «Скрип Ю. Ю.».

**Об'єкт дослідження** – діяльність підприємства ФОП «Скрип Ю. Ю.».

**Предмет дослідження** – маркетингова діяльність підприємства в сучасних умовах.

**Використані методи** історичного та логічного аналізу, наукової абстракції, групування, порівняння, SWOT-аналіз і графічне представлення результатів.

**Інформаційна база дослідження:** законодавчі і нормативні акти з питань діяльності підприємства, дані офіційних статистичних джерел, періодична література з маркетингу, електронні видання, внутрішня звітність підприємства.

## ВИСНОВКИ

Тему «Інтернет-маркетинг» взято для дослідження, так як це ключовий фактор розвитку будь-якого сучасного бізнесу: все більше людей по всьому світу роблять інтернет основним джерелом отримання інформації та послуг.

В роботі були визначені цілі та принципи інтернет-маркетингу, з яких випливає його важливість для маркетингової діяльності підприємства, а саме комунікації з клієнтами, потенційними клієнтами, конкурентами, експертами і т.д. Виявлені такі відмінності та в одночас основні переваги інтернет-маркетингу, як персоналізація (адаптивність під маусимально вузькі сегменти), інтерактивність, розширення охоплення організацією потенційних клієнтів до абсолютного максимуму не залежно від місця розташування, більш доступна та зручна аналітика, відносно недрогий спосіб отримання маркетингової інформації: надають можливість враховувати думку кожного та інтерактивно взаємодіяти з кожним, збирати значну кількість даних та аналізувати їх. Можливість застосування класичної моделі комплексу 4P та інших моделей маркетинг-міксу, говорить про значну кількість маркетингових процесів, які проводяться в мережі Інтернет.

Були розглянуті методи залучення цільової аудиторії, визначені їх особливості, переваги для того чи іншого виду діяльності в мережі Інтернет. Можна виділити найважливіші методи залучення цільової аудиторії: SEO та SMM, оскільки існує три основних канали залучення цільової аудиторії: сайти – найбільш популярний метод SEO, соціальні мережі та мобільний світ – метод SMM. Окремо було визначено особливості та важливість SEO, як методу, який відповідає за технічні аспекти сайту, впливає на внутрішні та зовнішні фактори його ранжування в результатах пошукової видачі.

Проведене маркетингове дослідження підприємства по наданню послуг. Метою дослідження було навчитися розраховувати прибуток підприємства, аналізувати конкурентів по багатокутнику конкурентоспроможності, макро- та мікросередовища, уміти приміняти на практиці SWOT-аналіз, досліджувати маркетингову діяльність підприємства. Отримані результати про стан підприємства «Скрип Ю. Ю.» на ринку послуг SEO. За допомогою SWOT-аналізу та

багатокутника конкурентоспроможності виявлені сильні, слабкі сторони, та потенціал підприємства. Виділені основні слабкі сторони, на які можливо вплинути, та можливості, які порівно реалізувати: асортимент послуг, збиткові проекти, збільшення клієнтів тих сфер бізнесу, в яких підприємство має досвід. Загострення уваги саме на останньому, зумовлене тим, що надання послуг SEO в нових сферах діяльності, потребує великих затрат в навчанні персоналу: повне вивчення тієї чи іншої сфери, її особливостей. Зіставлені розрахунки та рекомендації що до вдосконалення маркетингової діяльності підприємства, а саме до виділених слабких сторін, та можливостей. Проведені розрахунки на основі мінімальних та середніх показників, виявлені в SWOT-аналізі переваги та можливості, показали можливість та ефективність впровадження рекомендацій по вдосконаленню маркетингової діяльності підприємства. Розрахунки показали, що вартість заходів по вдосконаленню маркетингової діяльності підприємства загалом в місяць складатимуть 49490 грн., а прибуток при цьому становитиме 59872 грн. в місяць. Так як розрахунки економічно обгрунтовані, то дані рекомендації є сенс впроваджувати.

## Використані джерела

1. Сергеева Ю. Вся статистика интернета на 2020 год — цифры и тренды в мире и в России. URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy/> (дата публікації: 03.02.2020).
2. Кожушко О. А., Чуркин И., Агеев А. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования : навч. посіб. РИЦ НГУ, 2015, с. 44, 46. URL: <https://beseller.by/assets/images/books/internet-marketing-and-digital-strategy.pdf>
3. James Bourne. Online advertising: A history from 1993 to the present day. URL: <https://marketingtechnews.net/news/2013/sep/11/online-advertising-history-1993-present-day-infographic/> (дата публікації: 11.09.2013)
4. SSL. *Електронна енциклопедія*. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/SSL#%D0%98%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F\\_%D0%B8\\_%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%B5](https://ru.wikipedia.org/wiki/SSL#%D0%98%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F_%D0%B8_%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%B5)
5. History of the Internet: Timeline. URL: <http://www.netvalley.com/archives/mirrors/davemarsh-timeline-1.htm>
6. Філіп Котлер. Основы маркетинга. 1984. Переклад на російську 2007. 159, 161 с.
7. Вірін Ф. Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов, 2010. розділи 1.2., 1.1.
8. Интернет-маркетинг за 55 минут. Спроси Ingate : серія книг. 17.08.2012, 4 с.
9. Chaffey D. Ellis-Chadwick F. Mayer R. Johnston K. Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson Education. 2006.
10. Винокуров А. В. Онлайн- и оффлайн-продажи – две параллели продвижения бизнеса // Личные продажи. 2013. 4. 266 с.



11. Мінін А. Концепция 4С – Robert F. Lauterborn. URL: <https://marketing-course.ru/koncept-4c-lauterborn/> (дата публікації: 11.11.2015)
12. Чичерин Ю. А., Турджан Ю. Р. Эволюция подходов к научному познанию поведения потребителей и его функциональное значение в маркетинге. Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права : журнал. 2015. 279 с.
13. Капустіна Л. М., Мосунов І. Д. Комплекс "4Р" и модель "6І" интернет-маркетинга. Известия : журнал. УрГЭУ. 2014. 104 с.
14. Мішляєв Є. іМаркетинг. Работаем по системе. 2016. 2 с.
15. Коваленко А. Е. Базові показники інтернет-маркетинга: комплексний підхід до оцінки якості реклами. 6 с. URL: [http://business-society.ru/2016/num-3-11/7\\_kovalenko.pdf](http://business-society.ru/2016/num-3-11/7_kovalenko.pdf)
16. Кокшаров С. Поисковая оптимизация от А до Я. Основы. 2014. 10 с.
17. Dr. Мах, Яценко А. SEO монстр 2018. 2018. 200, 201 с.
18. Халімов Д. Маркетинг в социальных сетях. 2018. 1 глава
19. Benway, J. P., Lane, D. M. Banner Blindness: Web Searchers Often Miss 'Obvious' Links. URL: [https://pdfs.semanticscholar.org/2e15/3327467dc3825fb963e9d0c92193ab5983bd.pdf?\\_ga=2.19073336.1063076557.1583844902-721236217.1583844902](https://pdfs.semanticscholar.org/2e15/3327467dc3825fb963e9d0c92193ab5983bd.pdf?_ga=2.19073336.1063076557.1583844902-721236217.1583844902)
20. Mimi Zhang, Bernard J. Jansen, Abdur Chowdhury. Business engagement on Twitter: a path analysis // Electronic Markets. 02.08.2011. Т. 21. выпуск 3. 161–175 с.
21. Румянцев Д. Какие КРІ используются в SMM. URL: <http://madcats.ru/smm/smm-izmerenie-kpi/> (дата публікації 05.05.2017)
22. Социальные сети (мировой рынок). URL: <http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%>

D1%8B%D0%B5\_%D1%81%D0%B5%D1%82%D0%B8\_(%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9\_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA)#.D0.9B.D0.B8.D0.B4.D0.B5.D1.80.D1.8B\_.D0.BC.D0.B8.D1.80.D0.BE.D0.B2.D0.BE.D0.B3.D0.BE\_.D1.80.D1.8B.D0.BD.D0.BA.D0.B0 (дата публікації: 30.01.2013)

23. Иванов А. Контекстная реклама : підручник. 2016. 2-3 с.

24. Paul Harris. Mel Gibson, Lindsay Lohan... and you too. Why your reputation needs an online detox. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2010/aug/01/internet-reputation-management-detox> (дата публікації: 01.08.2010)

25. SERM: управление репутацией в поисковых системах : електронне видання : ООО "Интернет-маркетинг". 2016. 7, 14, 24 с.

26. Акулич М. Email-маркетинг. ISBN 978-5-4485-8176-2. 2019. 5-7 с.

27. Спам. *Електронна енциклопедія*. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D0%B0%D0%BC>

28. Кот Д. E-mail маркетинг: Исчерпывающее руководство. 2015.

29. Міскевич Т. E-mail-маркетинг: розсылка от А до Я. 2018. ISBN 978-5-4493-9692-1. 2 с.

30. Молчанов Р., Кашеев Г. Email-маркетинг для бизнеса: от идеи до продаж. Спроси Ingate : серія книг. 2018. 10 с.

31. Поисковые алгоритмы Яндекса. 23.04.2018. URL: [https://labrika.ru/blog/poiskovie\\_algoritmi\\_yandex](https://labrika.ru/blog/poiskovie_algoritmi_yandex)

32. Малий В. О., Золенко М. О. SEO на экспорт: Первая книга по продвижению за рубежом. Topodin / Ridero, 2017. ISBN ISBN 978-5-4483-6644-4. 154 с.

33. Гроховский Л., Сливинский М., Чекушин О., Ставський С. SEO: руководство по внутренним факторам. М.: Центр исследований и образования "ТопЭксперт.РФ", 2011. 11-13 с.

34. Google does not use the keywords meta tag in web ranking. 21.09.2009. URL:  
<https://webmasters.googleblog.com/2009/09/google-does-not-use-keywords-meta-tag.html>
34. What Crawl Budget Means for Googlebot. 16.01.2017. URL:  
<https://webmasters.googleblog.com/2017/01/what-crawl-budget-means-for-googlebot.html>
36. Internet Stats 2019, Worldwide Internet Usage Stats 2019. URL:  
[https://datastudio.google.com/embed/u/0/reporting/1sImC\\_rjeWqNXdgQt5MtmrQMbH44qFjtA/page/1fzh](https://datastudio.google.com/embed/u/0/reporting/1sImC_rjeWqNXdgQt5MtmrQMbH44qFjtA/page/1fzh)
37. Condemned To Google Hell. 04.30.2007. URL:  
[https://web.archive.org/web/20070502074629/http://www.forbes.com/technology/2007/04/29/sanar-google-skyfacet-tech-cx\\_ag\\_0430googhell.html?partner=rss](https://web.archive.org/web/20070502074629/http://www.forbes.com/technology/2007/04/29/sanar-google-skyfacet-tech-cx_ag_0430googhell.html?partner=rss)
38. PageRank. *Електронна енциклопедія*. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/PageRank>
39. Яндекс заменяет тИЦ на ИКС — новый показатель качества сайта. 22.08.2018. URL: <https://webmaster.yandex.ru/blog/yandeks-zamenyaet-tits-na-iks-novyy-pokazatel-kachestva-sayta>
40. Что такое индекс качества сайта (ИКС). URL:  
[https://yandex.ru/support/webmaster/site-quality-index.html?utm\\_source=wmblog&utm\\_campaign=iks\\_1](https://yandex.ru/support/webmaster/site-quality-index.html?utm_source=wmblog&utm_campaign=iks_1)
41. Покупные ссылки — это... URL: <https://neopulse.ru/articles/pokupnie-ssilki>
42. Вебстер Кен. Google Jagger Update — пыль начинает оседать. WebProNews. *Веб-архив*. 10.11.2005.
43. Инструменты управления в Google Analytics. URL:  
[https://support.google.com/analytics/answer/1102154?hl=ru&ref\\_topic=3544906](https://support.google.com/analytics/answer/1102154?hl=ru&ref_topic=3544906)
44. Яндекс.Метрика. *Електронна енциклопедія*. URL:  
<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AF%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81.%D0%9C%D0%B5%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%B0>

45. Serpstat. *SEO-платформа*. URL: <https://serpstat.com/ru/>
46. Ahrefs. *SEO-платформа*. URL: <https://ahrefs.com/ru/>
47. Стан SEO 2019. *Дослідження*. URL: <https://www.zazzlemedia.co.uk/the-state-of-seo-survey/>
48. Зовнішня торгівля України послугами у 2019 році. Державна служба статистики України. 14.02.2020. 5 с. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2020/02/16.pdf?fbclid=IwAR38B6V8aXkgkliZx\\_ip-S8M63nVE0jLb-XbjtYaup672NyrzbGJQ4jObiQ](http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2020/02/16.pdf?fbclid=IwAR38B6V8aXkgkliZx_ip-S8M63nVE0jLb-XbjtYaup672NyrzbGJQ4jObiQ)
49. Для ИТ-компаний подготовили особый режим налогообложения. 04.01.2020. URL: <https://minfin.com.ua/2020/01/04/40296517/>
50. Netpeak Spider - десктопный инструмент для SEO-аудита. *SEO-платформа*. URL: <https://netpeaksoftware.com/ru/spider>
51. Domain Authority. URL: <https://moz.com/learn/seo/domain-authority>
52. Маєвська К. Сколько ты стоишь: зарплатная история SMM-специалиста. 13.08.2014. URL: <https://thepoint.rabota.ua/skolko-ty-stoysh-zarplatnaya-ystoryya-smm-spetsyalysta/>
53. SMM-менеджер: средняя зарплата в Украине. *Статистика*. URL: <https://www.work.ua/ru/salary-smm-%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%80/>
54. Кіріллов І. Облака в Украине: рынок идет вверх. *Електронний журнал*. 2019. URL: <http://sib.com.ua/sib-03-106-2019/oblaka>
55. Облачные вычисления (мировой рынок). 20.04.2020. URL: [http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%9E%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%87%D0%BD%D1%8B%D0%B5\\_%D0%B2%D1%8B%D1%87%D0%B8%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8](http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%9E%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%87%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%B2%D1%8B%D1%87%D0%B8%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8)

%D1%8F\_(%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9\_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA)

56. PPC-менеджер: средняя зарплата в Украине. *Статистика*. URL:

<https://www.work.ua/ru/salary-PPC->

%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%80/?count=by-resumes

57. Retail e-commerce Sales Worldwide from 2014 to 2021 (in billion U.S. dollars).

26.02.2018. <https://viaark.com/retail-e-commerce-sales-worldwide-from-2014-to-2021-in-billion-u-s-dollars/>