

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

Кафедра маркетингу

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**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.

(прізвище, ім'я, по батькові)

\_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник:**

**д.е.н., проф.**

(науковий ступінь, вчене звання)

**І.Л. Литовченко**

(прізвище, ім'я, по батькові)

\_\_\_\_\_  
/підпис/

## *Структура змістової частини реферату кваліфікаційної роботи бакалавра*

### **ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ**

**Актуальність теми.** В сучасних умовах розвитку електронної торгівлі, важливе місце у просуванні підприємства, його продукта займає інтернет-маркетинг. Концепції маркетингу у поєднанні з інформаційними технологіями несуть велике теоритичне та практичне значення для вирішення багатьох проблем в електронній комерційній діяльності, 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 Литовченко 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 умінь підприємств застосовувати ці методи у комплексі з концепцією маркетинга.

**Мета дослідження.** Метою дипломної роботи є дослідження маркетингової, зокрема інтернет-маркетингової діяльності підприємства ФОП «Скрип Ю. Ю.» на ринку України, аналізу мікро- та макромаркетингового середовищ, рівня конкурентоспроможності серед українських конкурентів, надання рекомендацій по вдосконаленню маркетингової діяльності підприємства.

**Завдання дослідження:**

- описати організаційно-економічну діяльність підприємства та особливості його розвитку;
- дослідити маркетингову діяльність;
- проаналізувати мікро- та макромаркетингове середовища;
- запропонувати заходи по вдосконаленню маркетингової діяльності підприємства;
- обґрунтувати рекомендації по вдосконаленню маркетингової діяльності підприємства.

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

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

**Методи дослідження** - історичний та логічний аналіз, наукові абстракції, групування, порівняння, SWOT-аналіз та 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.

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (57 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 76 сторінок. Основний зміст викладено на 35-73 сторінках. Робота містить 20 таблиць, 16 рисунків.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Особливості інтернет-маркетингу» цілі та принципи інтернет-маркетингової діяльності, методи залучення цільової аудиторії в мережі Інтернет, так характеристика SEO як основного методу.

У другому розділі «Аналіз маркетингової діяльності підприємства «Скрип Ю. Ю.» ц віртуальному середовищі» розглянута організаційно-економічна діяльність підприємства, проаналізоване маркетингове середовище, дана характеристика інтернет-маркетингової діяльності.

У третьому розділі «Рекомендації по вдосконаленню маркетингової діяльності підприємства в Інтернет» запропоновано та економічно обґрунтовано заходи по вдосконаленню інтернет-маркетингової діяльності.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити наступні 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 впливає його важливість для діяльності підприємства, а саме комунікації з клієнтами, потенційними клієнтами, конкурентами, експертами і т.д. Виявлені такі відмінності та водночас основні переваги інтернет-маркетингу, як персоналізація (адаптивність під максимально вузькі сегменти), інтерактивність, розширення охоплення організацією потенційних клієнтів до абсолютного максимуму не залежно від місця розташування, більш доступна та зручна аналітика, відносно не дорогий 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 потрібно 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.

## 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 теоретичні 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 мікроринкового 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.