

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

Кафедра маркетингу

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 075 «Маркетинг»
(шифр та найменування спеціальності)
за магістерською програмою професійного спрямування
«Маркетинговий менеджмент»
(назва магістерської програми)

на тему: «Інтернет-маркетинг малого бізнесу при виході на нові ринки»

Виконавець:

студент факультету Міжнародної економіки
Маліцький Іван Ілліч

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент
(науковий ступінь, вчене звання)

Обнявко Олександр Валентинович
(прізвище, ім'я, по батькові)

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми кваліфікаційної роботи магістра пояснюється новими економічними реаліями та необхідністю використання Інтернет - технологій. Актуальність поглиблюється зростанням конкурентного середовища на інформаційному ринку, який є вже рушійною силою подальшого розвитку бізнесу. Інтернет-маркетинг мусить допомогти бізнесу не тільки утриматися «на плаву», але й здобути максимальний прибуток, бути лідером на ринку, отримати імідж престижного підприємства. Використання Інтернет-технологій у маркетингу може принести реальну економію й прибуток. Це пов'язане з більшими вигодами й зручностями, які одержують як споживачі, так і фірми.

Метою дослідження є розробка рекомендацій по вдосконаленню маркетингової діяльності ФОП Кучерюк О.В. в сучасних умовах економіки на українському ринку автозапчастин за допомогою Інтернет-маркетингу.

Для виконання мети даного дослідження передбачається виконати такі **завдання**:

1. Виконати маркетинговий аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів середовища ФОП Кучерюк О.В., виявити основні тенденції розвитку ринку автозапчастин в Україні.

2. Визначити конкурентні переваги ФОП Кучерюк О.В. і конкурентні переваги її основних конкурентів.

3. Узагальнити результати маркетингового аналізу і на їх основі здійснити заходи з метою збереження досягнутих конкурентних переваг і придбання нових за допомогою Інтернет-маркетингу.

5. Розробити програму заходів в Інтернет-середовищі щодо формування збільшення збуту, яка дозволить посилити її позиції на ринку, збільшити частку ринку, створити сприятливий образ у цільовій аудиторії і сформувати широку групу лояльних споживачів.

Об'єктом дипломної роботи є маркетингова діяльність у глобальній мережі Інтернет з метою виходу підприємства на нові ринки.

Предметом дослідження є маркетингова діяльність ФОП Кучерюк О.В. у мережі Інтернет.

Методи дослідження: теоретичні - аналіз літератури означеної проблематики, систематизація та узагальнення науково-теоретичних, дослідно-експериментальних даних; емпіричні - вивчення досвіду інших підприємств. Окрім того під час написання кваліфікаційної роботи магістра застосовувалися методи спостереження, узагальнення та порівняння.

Інформаційна база дослідження: джерелами інформації є підручники, навчальні посібники, періодичні видання, монографії стосовно вибраної теми, статистичні довідники та Інтернет-сайти підприємств, нормативно-правові акти тощо. В якості джерел інформації для аналізу використовувалися статистичні показники діяльності ФОП Кучерюк О.В.

Структура та обсяг роботи. кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (47 найменувань) та 1-го додатку. Загальний обсяг роботи становить 95 сторінок. Основний зміст викладено на 85 сторінках. Робота містить 9 таблиць, 12 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «*Місце та роль Інтернет-маркетингу як нової сфери інформаційної взаємодії для комерційних компаній*» розглянуто особливості формування комплексу маркетингу в Інтернет середовищі, сучасні інструменти Інтернет-маркетингу, особливості Інтернет-аудиторії.

У другому розділі «*Аналіз маркетингової діяльності ФОП Кучерюк О.В.*» зроблено загальну характеристику основних техніко-економічних показників діяльності ФОП Кучерюк О.В., аналіз маркетингового середовища ФОП Кучерюк О.В., аналіз комплексу маркетингу ФОП Кучерюк О.В.

У третьому розділі «*Планування маркетингової діяльності ФОП Кучерюк О.В. в мережі Інтернет*» запропоновано формування каналу розподілу для ФОП Кучерюк О.В. в мережі Інтернет та запропоновані заходи з планування проведення рекламної кампанії в мережі Інтернет і надано оцінку її ефективності.

ВИСНОВКИ

1. Успішна маркетингова діяльність в Інтернет-середовищі дозволяє отримувати високі результати. Вплив Інтернет-маркетингу безупинно зростає. В умовах сучасного світового ринку нові інформаційні технології та мережа Інтернет дозволяють зменшити витрати на виконання маркетингових функцій підприємств.

2. Сайт ФОП Кучерюк О.В. носить лише інформативний характер. Аналіз структури сайту показав, що є слабкі сторони в його формуванні - це відсутність мапи сайту та пошукової форми. Також ФОП Кучерюк О.В. не використовує з допомогою власного сайту функції маркетингових досліджень, на сайті відсутні лічильники та не ведуться дослідження, не було знайдено ніяких прикладів Інтернет-реклами, крім оформлення власне сайту.

3. Створення Інтернету-магазину для ФОП Кучерюк О.В. - це створення багатофункціонального ресурсу з набором сервісів, що дозволить продавати оптові та партії товарів та вести роздрібну торгівлю через мережу Інтернет.

Працюючий Інтернет-магазин - це торгівельний інструмент, налагоджений індивідуально для бізнесу, що володіє можливостями для подальшого розширення та наповнення.

4. Обґрунтовано, що найбільш ефективним рекламним засобом у запропонованій рекламній кампанії є пошукова система Yandex, де розміщується контекстна реклама. Ця тенденція пов'язана з тим, що контекстна реклама – добре діючий засіб для охоплення цільової аудиторії. Також відсоток втрат відвідувачів з цієї рекламної площадки невисокий. Це пов'язано з високим показником ефективності рекламного контакту (EffConf), тому користувач найбільш

зацікавлений у відвідуванні рекламованої сторінки і чекає її завантаження не відволікаючись, і не звертаючи увагу на повільну швидкість Інтернету.

АНОТАЦІЯ

Маліцький І.І. «Інтернет-маркетинг малого бізнесу при виході на нові ринки»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 075 «Маркетинг» за магістерською програмою «Маркетинговий менеджмент». - Одеський національний економічний університет. - Одеса, 2017.

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – процес маркетингової діяльності ФОП «Кучерюк О.В.» у глобальній мережі Інтернет.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти місця та ролі Інтернет-маркетингу в діяльності підприємства, формування комплексу маркетингу в Інтернет середовищі, використання сучасних інструментів Інтернет-маркетингу.

Проаналізовано основні показники діяльності ФОП «Кучерюк О.В.», проведено аналіз товарної, цінової, збутової та комунікативної політики ФОП «Кучерюк О.В.», дана оцінка Інтернет-діяльності ФОП «Кучерюк О.В.».

Запропоновано формування каналу розподілу для ФОП «Кучерюк О.В.» в Інтернеті, складання плану рекламної кампанії в Інтернет-середовищі.

Ключові слова: Інтернет, маркетинг, малий бізнес, торгівля, комплекс маркетингу, Інтернет-маркетинг.

ABSTRACT

Malitsky I. I, «Internet-marketing for small businesses with entering to new markets»

Qualifying work for obtaining an educational master's degree in a specialization 075 «Marketing» for the master's program « Marketing management». - Odessa National Economic University. - Odessa, 2017.

The Master's qualification work consists of three chapters. Object of research – marketing activities process of individual entrepreneur «Kucheryuk Olga Vitalievna» in the global Internet-network.

The theoretical aspects of Internet-marketing place and role at the enterprise activity, formation of a marketing complex in the Internet environment, using of modern Internet-marketing tools are considered in qualification work.

The main indicators of individual entrepreneur «Kucheryuk Olga Vitalievna» activity are analyzed; analysis of commodity, price, marketing and communicative policy of individual entrepreneur «Kucheryuk Olga Vitalievna» is performed and his Internet-activity evaluation is given.

The formation of a distribution channel for individual entrepreneur «Kucheryuk Olga Vitalievna» in Internet, the drawing up an advertising campaign plan in the Internet environment are proposed.

Keywords: Internet, marketing, small businesses, trade, marketing complex, Internet-marketing.