

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

Кафедра Маркетингу

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня магістра**  
**зі спеціальності 075 Маркетинг**  
**за магістерською програмою професійного спрямування**  
**Стратегічний Маркетинг**

на тему: «**Інтернет-маркетинг інтернет-магазину «Chekhol»»**

**Виконавець:**

студент ЦЗФН факультету

Савчук Валерія Олександрівна

\_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник:**

К.е.н., доцент

Беспалов Володимир Михайлович

\_\_\_\_\_  
/підпис/

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

*Актуальність теми* особливої актуальності набуває вивчення нових можливостей інтернаціоналізації маркетингової діяльності з використанням комп'ютерної мережі Інтернет, ринок якого в Україні на даний момент перебуває в стадії розвитку. Актуальність даної роботи зумовлена, з одного боку, великою зацікавленістю до теми в сучасних умовах, практичною значущістю отриманих результатів із вивчення особливостей інтернет маркетингу на діючому підприємстві, з іншого – її недостатньою розробленістю. Тому для ефективного і повноцінного управління інтернет-маркетингом потрібно розглянути новітні інструменти впливу на нього. Розгляд питань, що пов'язані з даною тематикою, має як теоретичну, так і практичну цінність.

*Мета дослідження* Мета дослідження полягає в комплексному та фундаментальному аналізі сутності інтернет маркетингу підприємств на прикладі інтернет магазину “Chekhol”, можливостей застосування його новітніх інструментів у маркетинговій діяльності компаній у внутрішньому і зовнішньому середовищі в цілому та розробленні плану дій щодо покращення діяльності з інтернет маркетингу в онлайн магазині chekhol.com.ua.

### *Завдання дослідження:*

- дослідити характерні та відмінні риси інтернет маркетингу, що були закладені через особливості його генезису,
- проаналізувати характерні риси маркетингової діяльності в діючому інтернет магазині «Chekhol»,
- визначити принципи та охарактеризувати специфіку маркетингової цінової та збутової політики в інтернеті, оцінити ефективність дій у цьому напрямку в визначеному онлайн магазині;
- проаналізувати комплекс маркетингових інтернет комунікацій, визначити критерії ефективності цифрової маркетингової діяльності,

**Об'єктом дослідження** є інтернет маркетинг інтернет магазину “Chekhol”.

**Предмет дослідження** — науково обгрунтовані форми, методи, інструменти маркетингу інтернет магазину “Chekhol”.

**Методи дослідження.** Методологічну основу наукового дослідження становлять загальнонаукові прийоми досліджень і спеціальні методи, що ґрунтуються на сучасних наукових засадах управлінської, економічної і споріднених з ними наук. Для виконання роботи може бути використано такі методи: історичний та логічний — для дослідження генезису, еволюції та виявлення перспективності використання інструментарію інтернет маркетингу; догматичний — для теоретичного узагальнення, побудови логіко-структурних схем та формулювання висновків; статистико-економічний — для аналізу сучасного стану впровадження інтернет маркетингу; розрахунково-конструктивний та експериментальний — для розробки методів та прорахунку ефективності використання наявного інструментарію в розрізі цифрового маркетингу підприємства.

**Інформаційна база дослідження** Теоретичною основою та методологічною базою проведеного у роботі дослідження, є наукові праці провідних вітчизняних і закордонних учених в області маркетингу та інтернет-маркетингу, менеджменту, праці пов'язанні зі сферою інтернет-послуг. У ході дослідження, аналізу й узагальнення отриманих результатів, використано дані бухгалтерської і статистичної звітності, результати статистичного обстеження.

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (51 найменування) та додатків. Загальний обсяг роботи становить 93 сторінки. Основний зміст викладено на 85 сторінках. Робота містить 8 таблиць, 12 рисунків та 2 формули.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні аспекти інтернет маркетингу» розглянуто сутність та значення інтернет-маркетингу, специфічні ознаки та відмінності інтернет-маркетингу від традиційних маркетингових технологій, особливості інтернет-маркетингу на ринку товарів для смартфонів і гаджетів в Україні.

У другому розділі «Дослідження діяльності інтернет-магазину «Chekhol» в інтернет середовищі» розкриті загальна характеристика діяльності інтернет-магазину, маркетинговий аналіз ринкової ситуації, дослідження маркетингової діяльності на підприємстві та проаналізовано інтернет-маркетинг онлайн магазину «Chekhol».

У третьому розділі «Напрямки вдосконалення маркетингової діяльності інтернет-магазину «Chekhol»» запропоновано рекомендації щодо просування інтернет-магазину в мережі, розробка плану контент маркетингу та рекомендації щодо вдосконалення контентного наповнення розділів та сторінок інтернет-магазину, аналіз можливості використання соціальних мереж як важливого інструменту інтернет-маркетингу у сфері роздрібно́ї торгівлі.

## ВИСНОВКИ

У магістерській роботі зроблені теоретичні узагальнення, проаналізовані сучасні тенденції маркетингу та інтернет маркетингу. В рамках роботи була проаналізована маркетингова діяльність діючого інтернет магазину аксесуарів для гаджетів “Chekhol”, показники ефективності маркетингу цього підприємства, зроблено висновки та винесено пропозиції стосовно удосконалення маркетингової діяльності в інтернеті інтернет магазину.

Основні положення проведеної дослідницької та практичної роботи певною мірою можна розкрити у таких положеннях:

Маркетингова діяльність в інтернет магазині «Чехол» має системний характер, полягає у багатьох аспектах, але основними є: збір, вивчення, аналіз маркетингової інформації – проведення маркетингових досліджень; проведення маркетингової комунікативної політики, цінової та товарної за допомогою спеціальних інструментів, що доступні в рамках Веб-аналітики. Більшість маркетингової діяльності інтернет магазин реалізує в або за допомогою інтернету.

Інтернет магазин «Chekhol» проводить вдало рекламні кампанії із допомогою інструменту Гугл Реклами, але не використовує багато інших інструментів інтернет маркетингу для реклами. Після проведеного дослідження і системного аналізу маркетингової діяльності, ми розробили систему рекомендацій із прорахунком можливості залучення додаткових покупців при використанні додаткових інструментів інтернет маркетингу, які ще не використовує даний інтернет магазин.

За допомогою технічних засобів, ми проаналізували структуру вебсайту інтернет магазину «Чехол», наявність технічних помилок та інші найбільш важливі моменти та представили рекомендації щодо їх усунення.

Також ми висунули рекомендації щодо контентного наповнення існуючих сторінок інтернет магазину: 1. Для картки товару обов'язково має бути стандартом наявність текстового опису товару із розміщеними усередині тексту зображеннями. 2. Позитивним як для пошукової розкрутки, так і для зручності відвідувачів вебсайту є наявність відео, 3D фото. 3. Важливим з точки зору контентного наповнення є також системна робота із динамічним контентом.

Іншою нашою рекомендацією є впровадження контент маркетингу на підприємстві. Соціальні мережі – потужний інструмент інтернет маркетингу, який не використовується інтернет магазином «Чехол» належним чином. Ми рекомендуємо, в першу чергу, зробити акцент на просуванні і використанні мережі Instagram, оскільки більшість цільової аудиторії інтернет магазину представлена в цій соціальній мережі.

## АНОТАЦІЯ

### Савчук В. О. «Інтернет-маркетинг інтернет-магазину «Chekhol»»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності «075 Маркетинг» за магістерською програмою професійного спрямування «Стратегічний маркетинг». – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2018.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти інтернет-маркетингу зокрема, зроблено висновки щодо доцільності та важливості Веб-аналітики, широкого використання сучасних комунікаційних можливостей інтернету.

В рамках роботи була проаналізована маркетингова діяльність діючого успішного інтернет магазину аксесуарів для гаджетів “Chekhol”, показники ефективності маркетингу цього підприємства.

Запропоновано удосконалення маркетингової діяльності в інтернеті інтернет магазину.

**Ключові слова:** інтернет-маркетинг, інтернет-магазин, веб-сайт, рекламна кампанія, контент-маркетинг.

## ANNOTATION

Valeria Savchuk "Internet marketing of the online store «Chekhol» "

Qualifying work on obtaining a master's degree in the specialty “075 Marketing” under the master's degree program “Strategic marketing”. - Odessa National University of Economics. - Odessa, 2018.

The work considers the theoretical aspects of Internet marketing in particular, makes conclusions about the expediency and importance of Web analytics, the widespread use of modern communication capabilities of the Internet.

As part of the work, the marketing activity of the successful online store of accessories for gadgets "Chekhol" was analyzed, indicators of marketing efficiency of this enterprise.

Improvement of marketing activity in the Internet shop of the Internet is offered.

**Keywords:** internet marketing, online store, website, advertising campaign, content marketing.