

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**  
**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ИНСТИТУТ БИЗНЕСА**

**Кафедра маркетинга**

**ЮДЕНОК**  
Ксения Сергеевна

**ИССЛЕДОВАНИЕ ПОКУПАТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ В СЕТИ**  
**ИНТЕРНЕТ**

Дипломная работа

Научный руководитель:

кандидат экономических наук,  
доцент А. Н Саевец

Допущена к защите

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

Заведующая кафедрой маркетинга,

кандидат экономических наук, доцент

\_\_\_\_\_ Н.В. Черченко

Минск, 2019

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 78 с., 46 рис., 5 табл., 80 источников, 8 прил.

### МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, ИССЛЕДОВАНИЯ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОКУПАТЕЛЕЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ, ПОЛЕВЫЕ И КАБИНЕТНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, МЕТОДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

**Цель исследования:** разработать и обосновать практические предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности в сети Интернет предприятия УП «Сириус-маркет» на основании результатов маркетинговых исследований покупательских предпочтений.

**Объект исследования:** покупатели товаров УП «Сириус-маркет».

**Предмет исследования:** маркетинговые исследования предпочтений покупателей товаров УП «Сириус-маркет» в сети Интернет.

**Методы исследования:** аналитический, графический, статистический, индукции, дедукции, наблюдения, анкетирования.

**Исследования и разработки:** на основании изучения теоретических вопросов маркетинговых исследований предпочтений покупателей в сети Интернет, определены некоторые особенности поведения покупателей, разработана карта лояльности и инструменты продвижения, использование которых открывает новые маркетинговые возможности для УП «Сириус-маркет».

**Элементы научной новизны:** результаты маркетинговых исследований в сети Интернет позволят совершенствовать стратегию маркетинговой деятельности предприятия УП «Сириус-маркет».

**Область возможного практического применения:** маркетинговая деятельность УП «Сириус-маркет».

**Технико-экономическая, социальная значимость:** внедрение предложений, основанных на результатах маркетинговых исследований предпочтений покупателей, позволят повысить эффективность маркетинговой деятельности УП «Сириус-маркет».

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

## РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 78 с., 46 мал., 5 табл., 80 кр., 8 прым.

МАРКЕТЫНГАВЫЯ ДАСЛЕДАВАННІ, ДАСЛЕДАВАННІ ПЕРАВАГ  
ПАКУПНІКОЎ У СЕТКІ ІНТЭРНЭТ, ПАЛЯВЫЯ І КАБІНЕТНЫЯ  
МАРКЕТЫНГАВЫЯ ДАСЛЕДАВАННІ, МЕТАДЫ МАРКЕТЫНГАВЫХ  
ДАСЛЕДАВАННЯЎ

**Мэта даследавання:** распрацаваць і абгрунтаваць практычныя прапановы па ўдасканаленні маркетынгавай дзейнасці прадпрыемства УП «Сірыус Маркет» на падставе ўкаранення вынікаў маркетынгавых даследаванняў пакупніцкіх пераваг у сетцы Інтэрнэт.

**Аб'ект даследавання:** пакупнікі у сетцы Інтэрнэт.

**Прадмет даследавання:** маркетынгавыя даследаванні пераваг пакупнікоў у сетцы Інтэрнэт.

**Метады даследавання:** назіранне, аналіз, індукцыя, дэдукцыя, анкетаванне.

**Даследаванні і распрацоўкі:** на падставе вывучэння тэарэтычных аспектаў маркетынгавых даследаванняў пераваг пакупнікоў у сетцы Інтэрнэт, вызначаны некаторыя асаблівасці паводзін пакупнікоў, выкарыстанне якіх адкрывае новыя маркетынгавыя магчымасці для УП "Сірыус Маркет".

**Элементы навуковай навізны:** вынікі маркетынгавых даследаванняў у сетцы Інтэрнэт дазволілі ўнесці карэкціроўкі ў сістэму кіравання маркетынгавай дзейнасцю прадпрыемства УП "Сірыус Маркет".

**Вобласць магчымага практычнага прымянення:** маркетынгавая дзейнасць УП "Сірыус Маркет".

**Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць:** укараненне прапаноў, заснаваных на выніках маркетынгавых даследаванняў пераваг пакупнікоў, дазваляць выявіць перспектыўныя шляхі ўдасканалення маркетынгавай дзейнасці УП "Сірыус Маркет".

Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены у ёй разлікова-аналітычны матэрыял аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а все запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя становішча і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

## ABSTRACT

Thesis: 78 p., 46 Fig., 5 table., 80 sources, 8 ADJ.

### MARKETING RESEARCH, CUSTOMER PREFERENCES RESEARCH IN THE INTERNET, METHODS MARKETING RESEARCH

**The purpose of the study:** to develop and substantiate practical proposals for improving the marketing activities of the enterprise "Sirius Market" on the basis of the implementation of the results of marketing research of consumer preferences in the Internet.

**Object of research:** buyers on the Internet.

**Subject of research:** marketing research preferences of buyers on the Internet.

**Research methods:** observation, analysis, induction, deduction, questioning.

**Research and development:** based on the study of theoretical questions of marketing research of buyers' preferences in the Internet, some features of behavior which use opens new marketing opportunities for "Sirius Market".

**Elements of scientific novelty:** the results of marketing research on the Internet have allowed to make adjustments to the management system of marketing activities of the enterprise up "Sirius Market".

**Area of possible practical application:** marketing activities of SIRIUS Market.

**Technical, economic, social significance:** the introduction of proposals based on the results of marketing research of customer preferences will reveal promising ways to improve marketing activities of SIRIUS Market.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material presented in it objectively reflects the state of the process under study, and all theoretical, methodological and methodological provisions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.