

UUT27



# Розробка «дорожньої карти» інтернет-маркетингу для малого бізнесу з урахуванням досвіду Великої Британії

---

**УК: Сайсеклі Ілке**, викладач маркетингу, Факультет Бізнесу та Права. Школа стратегії, маркетингу та інновацій

**УА: Михайло Окландер**, д.е.н., проф.; **Оксана Яшкіна**, д.е.н., проф.; **Ірина Златова**, к.е.н., доц., кафедра маркетингу, Інститут економіки і менеджменту

# 1. Мета проекту та предмет дослідження

- **Метою проекту є** дослідження впливу війни на використання інтернет-маркетингу українським МСБ та розробка рекомендацій для ефективного використання інтернет-маркетингу під час та після війни.
- **Предметом дослідження є** стратегії інтернет-маркетингу та відповідні бізнес-стратегії МСБ, які дозволили їм вижити та розвиватися під час повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну.

## 2. Завдання проєкту

**Завдання проєкту** – проведення глибинних інтерв'ю з представниками МСБ України та Великої Британії:

- Визначити вплив війни на використання інтернет-маркетингу українським МСБ
- Визначити вплив інституційних факторів на впровадження інтернет-маркетингу українським МСБ
- Надати рекомендації щодо ефективного використання інтернет-маркетингу для МСБ в Україні

# 3. Очікувані результати проекту

# Під час дослідження будуть перевірені наступні гіпотези:

- Бізнес-стратегії та стратегії інтернет-маркетингу МСБ змінилися під час війни між Російською Федерацією та Україною.
- Соціальні мережі допомогли МСБ зберегти клієнтську базу.
- Під час війни в Україні можна виділити певні стратегії розвитку бізнесу.
- Активний цифровий маркетинг є запорукою виживання та зростання МСБ під час війни.

# У результаті ми очікуємо отримати знання про:

- Бізнес-стратегії та стратегії інтернет-маркетингу для МСБ, які дозволили йому вижити та розвиватися під час повномасштабного вторгнення.
- Найпопулярніші інструменти інтернет-маркетингу, які використовував МСБ під час війни.
- Оцінка МСБ ефективності різних інструментів Інтернет-маркетингу.
- Способи вдосконалення цифрового маркетингу для МСБ.



## 4. Дорожня карта проекту

# Послідовність етапів дослідження

- **10 травня – 30 червня:** Підготовка бази даних респондентів для проведення глибинних інтерв'ю з 20 представниками МСБ України.
- **Липень:** Проведення глибинних інтерв'ю з 20 представниками МСБ України.
- **1-9 серпня:** Розбір результатів інтерв'ю.
- **August 10-31:** Узагальнення отриманих результатів у вигляді статей і тез конференції.

# Послідовність етапів дослідження

- **Серпень:** Проведення глибинних інтерв'ю з 20 представниками МСБ у Великобританії;
- **Серпень:** Узагальнення отриманих результатів у вигляді статей і тез конференції;
- **20-30 серпня:** Написання посібника з цифрового маркетингу для малого та середнього бізнесу, який містить рекомендації за результатами досліджень та кейси з учасниками
- **Серпень:** Редагування, публікація та розміщення посібника «Цифровий маркетинг для малого і середнього бізнесу» на сайті

# 5. Отримані результати проекту

- Презентація доповіді (Регіональна конференція ЕМАС 27-29 вересня 2023 р.)
- Публікація статті - International Small Business Journal: «Digital marketing in survival and growth strategies of small and medium-sized businesses during the war in Ukraine»
- Публікація статті – International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research or Journal of Business Research
- Навчальний посібник «Цифровий маркетинг для малого та середнього бізнесу»

# Дуже дякую за увагу!

---

Ірина Златова [zlatova.i.o@op.edu.ua](mailto:zlatova.i.o@op.edu.ua)

Розробка дорожньої карти інтернет-маркетингу для малого  
бізнесу з урахуванням досвіду Великобританії