

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

Кафедра менеджменту

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 073 "Менеджмент"
за магістерською програмою професійного спрямування
"Менеджмент організацій"

на тему: «Формування стратегії розвитку підприємства на ринку інтернет-маркетингу»

Виконавець:

студентка факультету ФЕУП

Яковуник Г.І.

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., професор

(науковий ступінь, вчене звання)

Кравченко В.О.

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Сьогодні розвиток реального і нереального секторів економіки нерозривно пов'язано із застосуванням маркетингової комунікаційної політики. Інтерес до такої багатоаспектної і актуальної теми як маркетингові комунікації з кожним роком стає все більшим. Все це вказує на необхідність вдосконалення маркетингових заходів в компаніях, а найголовніше перехід до розуміння маркетингової функції як визначальною, що лежить в основі всіх прийнятих рішень.

Мета дослідження. Формування стратегії розвитку підприємства на ринку інтернет-маркетингу.

Завдання дослідження:

- описати функції маркетингу та сучасні підходи до їх виконання;
- проаналізувати особливості електронної комерції як методу забезпечення збуту на ринку споживчих та промислових товарів;
- навести основні форми електронної комерції;
- провести оцінку ринку інтернет-маркетингу і позиції підприємства ТОВ «ДІДЖІТАЛ ПРОДЖЕКТС ГРУП»;
- провести аналіз економічної та маркетингової діяльності підприємства;
- провести маркетингове дослідження споживачів послуг ТОВ «ДІДЖІТАЛ ПРОДЖЕКТС ГРУП»;
- визначити загальні стратегічні пріоритети маркетингової діяльності ТОВ «ДІДЖІТАЛ ПРОДЖЕКТС ГРУП»;
- запропонувати заходи щодо розвитку маркетингової діяльності підприємства;
- розрахувати економічну ефективність пропонуванних заходів.

Об'єкт дослідження. Процеси формування стратегії розвитку підприємства на ринку інтернет-маркетингу

Предмет дослідження. Теоретико-методичні та практичні підходи до формування стратегії розвитку підприємства на ринку інтернет-маркетингу.

Методи дослідження. У процесі роботи використовувалися методи аналізу і синтезу – при аналізі системи управління маркетингом послуг, емпіричні методи – при організації збору первинної інформації про ринок послуг та анкетному опитуванні, економіко-статистичні методи та методи спостережень – при діагностиці управління маркетинговою діяльністю на підприємствах сфери послуг; моделювання – при визначенні ефективності процесу управління маркетингом.

Інформаційна база дослідження. Галузева інформація, інформаційно-аналітичні бюлетені, ділова преса, результати самостійно проведених маркетингових досліджень ринку послуг, та фінансово-господарська звітність.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (51 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 77 сторінок. Основний зміст викладено на 73 сторінках. Робота містить 11 таблиць, 13 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 1 статтю: «Формування конкурентної стратегії підприємства в умовах адаптації до ринку»// *Актуальні проблеми менеджменту: теоретичні і практичні аспекти, Одеса 2019*).

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретичні аспекти стратегічного розвитку підприємства»** розглянуто сутність стратегічного розвитку підприємства, види стратегічного розвитку, фактори, які обумовлюють вибір відповідної стратегії розвитку підприємства.

У другому розділі **«Аналіз ефективності діяльності ТОВ «ДІДЖІТАЛ ПРОДЖЕКТС ГРУП на ринку інтернет-маркетингу»** розглянуто організаційно-економічну характеристику ТОВ «ДІДЖІТАЛ ПРОДЖЕКТС ГРУП, проаналізовано економічну та маркетингову діяльність підприємства, зроблено маркетингове дослідження споживачів послуг ТОВ «ДІДЖІТАЛ ПРОДЖЕКТС ГРУП»

У третьому розділі **«Напрямки розвитку ТОВ «ДІДЖІТАЛ**

ПРОДЖЕКТС ГРУП» на ринку інтернет- маркетингу» запропоновано заходи щодо формування стратегії розвитку ТОВ «ДІДЖІТАЛ ПРОДЖЕКТС ГРУП» на ринку інтернет-маркетингу, а саме:

1. Використання digital-технологій при формуванні комунікацій зі споживачами.
2. Другим важливим напрямком просування компанії є використання відео-блогінга.

Та розраховано економічну ефективність пропонуванних заходів.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Виявлено, що маркетингова діяльність має велику роль і впливає на підвищення ефективності фірми.
2. ТОВ «ДІДЖІТАЛ ПРОДЖЕКТС ГРУП» веде ефективну політику щодо персоналу (підвищилася ефективність роботи торгового персоналу, не змінилася плинність кадрів) і ключових внутрішньогосподарських процесів (оптимізований асортимент продукції). Однак маркетингова і комунікативна політика не призводять до запланованих показників, тобто частина маркетингових витрат не виправдовують себе. ТОВ «ДІДЖІТАЛ ПРОДЖЕКТС ГРУП» необхідно підвищувати обізнаність клієнтів про свої послуги, але робити це більш дешевими способами.
3. У третьому розділі роботи запропоновані напрямки розвитку ТОВ «ДІДЖІТАЛ ПРОДЖЕКТС ГРУП» на ринку інтернет-маркетингу, а саме:
4. Використання digital-технологій при формуванні комунікацій зі споживачами.
5. Другим важливим напрямком просування компанії є використання відео-блогінга.
6. Визначено, що YouTube - це один з найбільш швидко розвиваються рекламних сегментів в інтернеті. Тільки за останній рік кількість

користувачів YouTube в Україні виросло в вісім разів, кількість авторів зросла в п'ять разів.

7. Передбачуваний приріст клієнтів у 2020 році: в сегменті великих клієнтів - 3%, в сегменті середніх клієнтів - 10%, в сегменті дрібних клієнтів - 15%. В цілому, проведення акції дозволить збільшити клієнтську базу на 116 клієнтів різних категорій клієнтів. Таким чином, при запланованому доході розміром в 957 000 грн. і загальній сумі витрат 795 650 грн. ефективність складе 0,8. У довгостроковому періоді, так як основна мета компанії - приріст постійних клієнтів, збільшення прибутку щорічно складе до 25%. Це сформує довгостроковий ефект рекламної кампанії.
8. Також реалізація рекламної кампанії посилить позиціонування ТОВ «ДІДЖІТАЛ ПРОДЖЕКТС ГРУП» на ринку як лідера ринку інформаційних продуктів і дозволить збільшити наявну частку ринку, сформувати лояльність до компанії.
9. У ТОВ «ДІДЖІТАЛ ПРОДЖЕКТС ГРУП» залишається ще дуже багато інструментів маркетингової політики, а саме: цінова стратегія - ціни на карти; цінова політика програми лояльності; знижки, бонуси, подарунки, «заморозка» карт; конкурентні переваги та інші. Запропоновані заходи повинні значно розширити коло споживачів продукції, а в цілому підвищити ефективність діяльності ТОВ «ДІДЖІТАЛ ПРОДЖЕКТС ГРУП».

АНОТАЦІЯ

Яковуник Г.І.,

(прізвище та ініціали студента)

«Формування стратегії розвитку підприємства на ринку інтернет-маркетингу»,
(назва кваліфікаційної роботи)

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 073 "Менеджмент" за магістерською програмою «Менеджмент
організацій»,

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2019 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – процеси формування стратегії розвитку підприємства на ринку інтернет-маркетингу.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти функцій маркетингу та сучасні підходи до їх виконання, особливості електронної комерції як методу забезпечення збуту на ринку послуг інтернет-маркетингу та основні форми електронної комерції.

Проаналізовано організаційно-економічну структуру та економічну, маркетингову діяльність підприємства ТОВ «ДІДЖІТАЛ ПРОДЖЕКТС ГРУП». Зроблено маркетингове дослідження споживачів послуг ТОВ «ДІДЖІТАЛ ПРОДЖЕКТС ГРУП»

Запропоновано заходи щодо розвитку інтернет-маркетингу ТОВ «ДІДЖІТАЛ ПРОДЖЕКТС ГРУП» та представлено прогнозну економічну оцінку їх ефективності.

Ключові слова: маркетинг, інтернет-маркетинг, електронна комерція, стратегія розвитку.

ANNOTATION

Yakovunyk Hanna,

(students surname and initials)

«Formation of enterprise development strategy in the Internet marketing market»,
(work title)

thesis for Master degree

in specialty 073 «Management » under the program «Management of Organizations»,
Odessa National Economic University

Odessa, 2019

Thesis consists of three chapters. Object of study processes of formation of enterprise development strategy in the Internet marketing market.

Diploma thesis deals with theoretical aspects of marketing functions and modern approaches to their implementation, features of e-commerce as a method of providing marketing in the market of Internet marketing services and basic forms of e-commerce.

The organizational-economic structure and economic, marketing activity of the enterprise are analyzed. Marketing research of consumers of services of the enterprise is made.

Measures on development of enterprise Internet marketing are offered and the forecast economic estimation of their efficiency is presented.

Keywords: marketing, internet marketing, e-commerce, development strategy..