

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

за магістерською програмою професійного спрямування

«Економіка, планування та управління бізнесом»

на тему: **«Економічне обґрунтування стратегії розвитку веб-студії «SW
AGENCY»**

Виконавець:

студентка ФЕУП

Чабанова Аріна Ігорівна

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Сілічева Наталія Євгенівна

/підпис/

ОДЕСА - 2018

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Тенденції сучасного розвитку економічної ситуації в Україні характеризуються високим динамізмом, активізацією структурних зрушень, загостренням конкурентної боротьби. Набувають ознак комплексності, взаємодоповнюваності та взаємопричинності процеси у зовнішньому середовищі. Ці явища зумовлюють необхідність наукового пошуку нових механізмів і методів стратегічного управління, стрижнем якого є стратегія розвитку підприємства. Максимальна адаптація до зовнішнього середовища забезпечується в рамках стратегічного планування та управління як організаційної системи підготовки та прийняття стратегічних рішень з основних напрямів функціонування та розвитку підприємства.

Мета та завдання дослідження. Метою дипломної роботи є розробка теоретичних та практичних засад економічного обґрунтування стратегії розвитку на прикладі веб-студії «SW AGENCY».

Цільове спрямування та логіка дослідження обумовили постановку і вирішення таких задач дипломної роботи:

- розкрити сутність стратегії розвитку підприємства;
- показати місце стратегії розвитку підприємства у системі класифікації стратегій;
- дослідити методику формування стратегії розвитку підприємства та фактори її вибору;
- дати економічну характеристику веб-студії «SW AGENCY»;
- оцінити платоспроможність та рентабельність підприємства;
- провести діагностику зовнішнього середовища підприємства;
- визначити пріоритетні напрямки розробки стратегії розвитку;
- надати економічне обґрунтування плану заходів щодо формування стратегії розвитку веб-студії «SW AGENCY»;
- дослідити прогностичні тенденції розвитку веб-студії «SW AGENCY» після впровадження стратегічних заходів

Об'єктом дослідження виступає процес розробки стратегії розвитку веб-студії «SW AGENCY»

Предмет дослідження - теоретико-методологічні та методичні підходи до економічного обґрунтування стратегії розвитку підприємства.

Методи дослідження. Для розв'язання поставлених завдань і досягнення мети використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, зокрема, а саме методи аналізу та синтезу, порівняння, статистичний аналіз, логічного та емпіричного пізнання, прогнозування (екстраполяції), методи економетричного аналізу (регресійного аналізу), ситуаційного SWOT-аналізу, застосовано системний підхід при викладенні матеріалу, що дало змогу розв'язати поставлені завдання. Для обробки та аналізу даних використовувались комп'ютерні програми (пакет аналізу Microsoft Office Excel 2010).

Інформаційна база дослідження. Правове поле дослідження склали чинні законодавчі та нормативні документи, що регламентують стратегічне управління суб'єктів господарювання в Україні. Інформаційною базою дипломної роботи послужили офіційні статистичні матеріали, дані звітності веб-студії «SW AGENCY» і результати власних досліджень на підприємстві.

Практичне значення одержаних результатів. Практична значимість дипломної роботи полягає в тому, що розроблені стратегії розвитку підприємства веб-студії «SW AGENCY» знайшли своє успішне впровадження в діяльності підприємства, про що свідчить акт про впровадження результатів магістерської роботи.

Структура та обсяг роботи. Магістерська робота складається із вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Повний обсяг роботи містить 95 сторінки, у тому числі 30 таблиць на 32 сторінки, 18 рисунків на 18 сторінках, список використаних джерел з 50 найменувань.

Публікації. Чабанова А.І. Успешная стратегия развития веб-студии в Украине //Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – 2018. – №8.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

В I розділі «**Теоретичні аспекти стратегії розвитку**» досліджені теоретичні основи формування стратегії розвитку підприємства, розглянуто види стратегій розвитку, формування стратегії розвитку підприємства та фактори її вибору.

В II розділі «**Дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування веб-студії «SW AGENCY»**» проаналізовано конкурентні переваги веб-студії «SW AGENCY», здійснено комплексний аналіз платоспроможності та рентабельності підприємства, проведено діагностику зовнішнього середовища підприємства

В III розділі «**Економічне обґрунтування стратегії розвитку веб-студії «SW AGENCY»**» розроблено і економічно стратегію впровадження нових послуг і стратегію формування конкурентних переваг (впровадження системи Антифрод, власної SDK-платформи, просування (реклама) компанії в Facebook, Instagram, Google, прийняття участь у міжнародній виставці мобільних технологій GSMA Mobile World Congress (MWC))

ВИСНОВКИ

1. Стратегія розвитку підприємства – це довготерміновий план, який містить сукупність кількісних та якісних рішень щодо, вибору напряму діяльності підприємства, які приводять до поліпшення його стану шляхом збільшення потенціалу підприємства, адаптації до зовнішнього середовища та внутрішньої інтеграції, що сприяє підвищенню здатності підприємства протидіяти негативним впливам зовнішнього середовища та його життєздатності.

2. Проведене дослідження дозволило сформулювати дефініцію стратегії розвитку, як стратегії підприємства, спрямованої на досягнення цілей розвитку, на відміну від цілей виживання, і заснованої на засадах інтенсивного розвитку при наявності у даного підприємства суттєвого науково-технічного потенціалу. Відсутність чітко визначеного місця стратегії розвитку підприємства у системі класифікації стратегій дозволило встановити, що стратегія підприємства може бути стратегією розвитку при наявності в неї визначених ознак. Крім того, було виокремлено 3 групи стратегій, що дозволило ввести нову класифікаційну ознаку стратегій підприємства «за ступенем відношення до розвитку».

3. Формування стратегії розвитку має бути пріоритетним напрямком діяльності будь – якого підприємства, яке прагне до забезпечення своєї інвестиційної привабливості та ефективного функціонування. Формування стратегії розвитку підприємства дозволяє визначити напрям розвитку підприємства, що спрямований на закріплення його позиції на ринку, задоволення споживачів та на досягнення поставлених цілей. Отже, правильно обрана стратегія, яка розроблена у відповідності до загальноприйнятих рекомендацій, є результатом і в той же час ефективним механізмом стратегічного управління, оскільки вона мобілізує використання науково-технічного, виробничо-технологічного, фінансово-економічного, соціального і організаційного потенціалу підприємства.

4. Агентство інтернет-маркетингу SW Agency (ФОП Сороченко О.С.) зареєстровано 18.11.2011 року, більше п'яти років займається розробкою інтернет-проектів (web-сайтів, E-commerce, CRM систем), а також повним комплексом послуг інтернет - маркетингу (просування, інтернет-реклама, веб - аналітика). Найбільшу питому вагу займають послуги розробки сайтів (35%) і Seo-просування сайтів. PPC-реклама і комплексні стратегії по просуванню в соціальних мережах займають 16%.

5. За розрахованими показниками SW Agency є платоспроможним і фінансово стійким. За досліджуваний період можемо спостерігати, що всі коефіцієнти не відповідають нормативним значенням. Коефіцієнт абсолютної ліквідності показав у 2015 році, що 2 % поточних зобов'язань підприємство може погасити негайно за рахунок найліквідніших активів, у 2017 році цей показник зріс до 3 %, що оцінюється позитивно. Коефіцієнт швидкої ліквідності був вищим за нормативне значення і мав тенденцію до зростання,

що є позитивною тенденцією. Коефіцієнт загальної ліквідності був вищим за нормативне значення і становив 2,87 у 2015 році, 2,59 у 2016 році та 2,38 у 2017 році. Коефіцієнт ліквідності при мобілізації коштів показав, що на підприємстві достатньо матеріально-виробничих запасів для погашення короткострокових боргів у випадку необхідності їх розпродажу. Таким чином, SW «AGENCY ГРУП» за 2015-2017 роки не було досягнуто абсолютну ліквідність балансу, але досліджуване підприємство є спроможним реалізовувати активи й одержувати гроші для оплати зобов'язань. За двох факторною моделлю Е. Альтмана ймовірність банкрутства підприємства досить мала. П'ятифакторна модель Е. Альтмана також свідчить про малоїмовірну загрозу банкрутства. Підприємство отримує великі прибутки, а динаміка коефіцієнтів говорить про надійний фінансовий стан.

6. SWOT-аналіз SW AGENCY ГРУП» і аналіз конкурентоспроможності показав наступні результати. Сильними сторонами SW AGENCY ГРУП» є: репутація серед клієнтів компанії, власне джерело трафіку, наявність експертів мобільного маркетингу, якість надання послуг розробки і SEO-просування сайтів, довіра до нинішнього керівництва підприємства з боку персоналу, наявність бази активних користувачів по Україні і Європі. Слабкими сторонами SW «AGENCY ГРУП» є: недостатнє технологічне забезпечення, відсутність власної SDK-платформи, висока вартість обслуговування платформи, висока ступінь залежності від позикового капіталу і курсу валют, недостатня віддача від персоналу, індиферентність персоналу до проблем діяльності.

7. Нами пропонується впровадження наступних стратегій в веб-студії «SW AGENCY»:

- Стратегія впровадження нових послуг - просування мобільних додатків програмного забезпечення, призначеного для роботи на смартфонах, планшетах та інших мобільних пристроях.

- Стратегія конкурентних переваг, яка складається з наступних заходів:

- 1) впровадження системи Антіфрод, яка допомагає позбутися від бот-трафіку і підвищить конкуренцію на ринку мобільного маркетингу.;

- 2) впровадження власної SDK-платформи, яка призначена для інтеграції з розробниками мобільних ігор. SDK трафік вважається найякіснішим, тому наявність такої платформи може значно підвищити імідж компанії;

- 3) просування (реклама) підприємства в Facebook, Instagram, Google;

- 4) прийняття участі у міжнародній виставці мобільних технологій GSMA Mobile World Congress (MWC)

8. Прогнозний річний економічний ефект від впровадження стратегій розвитку в компанії «SW AGENCY» в 2019 році складе - 1983,09 тис. грн, в 2020 році -1125,19 тис.грн, в 2021 році -1698,68 тис. грн. За результатами розрахунків впровадження запропонованих стратегій просування мобільного маркетингу і конкурентних переваг дозволить в 2019 році отримати

прибуток від надання послуг в розмірі 6236,16 тис. грн., що на 3002,16 тис. грн. більше, ніж в 2017 році.

9. Розрахунок ризиків впровадження стратегій розвитку показав, що найвищими є фінансові, технологічні, програмні ризики і ринкові ризики, які становлять приблизно 49%, 39% і 35%, найменший відсоток становлять ризики надання послуг мобільного маркетингу – приблизно 25%.

Для того щоб знизити загальний ризик на «SW AGENCY», компанії необхідно вдосконалювати свою програмно-технологічну базу, систему програмного забезпечення, поліпшувати інформаційне забезпечення, підвищувати кваліфікацію та рівень освоєння технологій персоналом. У цьому аспекті кожна успішно реалізована інновація розширює можливості підприємства, пристосовуючись порівняно з конкурентами до змін зовнішнього середовища. Важливим завданням процесу мінімізації негативних наслідків ризиків є визначення способів реагування на виявлені та оцінені ризики.

АНОТАЦІЯ

Чабанова Аріна Ігорівна,

«Економічне обґрунтування стратегії розвитку веб-студії «SW AGENCY»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за магістерською програмою
професійного спрямування «Економіка, планування та управління бізнесом»

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2018 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження виступає процес розробки стратегії розвитку веб-студії «SW AGENCY».

В роботі розглядаються теоретичні основи формування стратегії розвитку підприємства, види стратегій розвитку, формування стратегії розвитку підприємства та фактори її вибору.

Здійснено комплексний аналіз платоспроможності та рентабельності підприємства. Розроблено і економічно стратегію впровадження нових послуг і стратегію формування конкурентних переваг (впровадження системи Антіфрод, власної SDK-платформи, просування (реклама) компанії в Facebook, Instagram, Google, прийняття участь у міжнародній виставці мобільних технологій GSMA Mobile World Congress (MWC))

Ключові слова: стратегія розвитку, стратегічна карта, стратегічне управління, стратегія конкурентних переваг, стратегія впровадження нових послуг, стратегія конкурентних переваг, економічна ефективність.

ANNOTATION

Chabinova Arina Igorevna

«Economic justification for the strategy development of the web studio «SW AGENCY»

Qualification work for Master's degree in "Enterprise, Trade and Stock Exchanges" under the
program «Economics, Planning and Business Management»

Odessa National Economic University

Odessa, 2018.

Master's qualification work consists of three sections. The object of the research is the process of developing a strategy for the development of the web studio «SW AGENCY».

The paper considers the theoretical foundations of the formation of the enterprise development strategy, types of development strategies, the formation of the strategy of enterprise development and factors of its choice.

Complex analysis of solvency and profitability of the enterprise. The strategy of the introduction of new services and the strategy of forming competitive advantages have been worked out (introduction of Antifrod system, own SDK-platform, promotion of the company in Facebook, Instagram, Google, taking part in the international exhibition of mobile technologies GSMA Mobile World Congress (MWC))

Key words: strategy of development, strategic card, strategic management, strategy of competitive advantages, strategy of introduction of new services, strategy of competitive advantages, economic efficiency.