

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

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 075 Маркетинг
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою
Маркетинг
(назва освітньої програми)

на тему: «Маркетингові дослідження ТОВ «КІПСОЛІД Україна»
на ринку ІТ-послуг»
(назва теми)

Виконавець:
студент 45 М групи
ФМЕ
Шуліка Ольга Андріївна

/підпис/

Науковий керівник:
д.е.н., професор
(науковий ступінь, вчене звання)
Познанська Інна Володимирівна

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Сектор інформаційних технологій (ІТ) продовжує бути ключовим інструментом розвитку сучасної економіки. ІТ-послуги мають великий вплив на економічний розвиток країн та формування цифрової економіки. Згідно з дослідженням консалтингової компанії IDC, глобальна індустрія інформаційних технологій планує досягти обсягу в 5,2 трлн доларів у 2021 році. Це свідчить про стійкий ріст індустрії та значний внесок ІТ-послуг у світову економіку.

Україна також володіє значним кадровим потенціалом у сфері ІТ. Багато висококваліфікованих ІТ-фахівців працюють в українських компаніях, що надають ІТ-послуги як на внутрішньому ринку, так і на міжнародному рівні.

Розробники програмного забезпечення, тестування, цифровий маркетинг, обробка даних та інші сфери ІТ є ключовими напрямками розвитку на ринку ІТ-послуг. Крім того, маркетингові дослідження на ринку ІТ-послуг в Україні допомагають компаніям зрозуміти потреби та вимоги клієнтів, ідентифікувати конкурентні переваги та знайти стратегії маркетингу, спрямовані на залучення та утримання клієнтів. Маркетингові дослідження на ринку ІТ-послуг дозволяють аналізувати ринкову конкуренцію, виявляти нові можливості для розвитку бізнесу, а також оцінювати ефективність маркетингових кампаній та стратегій.

Мета дослідження. Метою оціночної роботи є комплексне дослідження теоретичного підґрунтя маркетингу та всебічного аналізу маркетингової діяльності ІТ компанії ТОВ «КІПСОЛІД Україна» з метою подальшої розробки заходів щодо її покращення.

Завдання дослідження:

1. Дослідити теоретичні аспекти основ реалізації маркетингових досліджень на підприємстві та специфіку маркетингових досліджень ІТ-сфери;
2. Проаналізувати господарчу діяльність ТОВ «КІПСОЛІД Україна», визначити його місце серед конкурентів та зовнішні сили, що впливають на діяльність компанії;
3. Проаналізувати комплекс маркетингу ТОВ «КІПСОЛІД Україна», визначити основні проблеми в системі маркетингової діяльності;
4. Розробити заходи вдосконалення маркетингової діяльності ТОВ «КІПСОЛІД Україна».

Об'єктом дослідження є ІТ компанія ТОВ «КІПСОЛІД Україна».

Предметом дослідження є маркетингова діяльність ІТ компанії ТОВ «КІПСОЛІД Україна».

Методи дослідження Методологічною основою роботи є системний аналіз, порівняння, розрахунково-аналітичний метод, метод прогнозування, синтез, абстракція, аналіз фінансової звітності, порівняння та графічного представлення результатів.

Інформаційна база. Інформаційною базою дослідження є офіційна звітність компанії, наукові дослідження вітчизняних та зарубіжних авторів, документи, наукові статті та Інтернет-ресурси.

Структура та обсяг роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Зміст роботи представлений на 67 сторінках комп'ютерного тексту. Кваліфікаційна робота містить 11 таблиць, 13 рисунків та 3 рисунки. Бібліографічний список нараховує 32 літературних джерел, які викладені на 4 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА»** досліджувалися теоретичні аспекти основ реалізації маркетингових досліджень на підприємстві та специфіку маркетингових досліджень ІТ-сфери.

У другому розділі **«АНАЛІЗ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ТОВ «КІПСОЛІД УКРАЇНА»»** проаналізовано господарчу діяльність ТОВ «КІПСОЛІД Україна», визначити його місце серед конкурентів та зовнішні сили, що впливають на діяльність банку. Проаналізовано комплекс маркетингу ТОВ «КІПСОЛІД Україна», визначити основні проблеми в системі маркетингової діяльності.

У третьому розділі **«ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «КІПСОЛІД УКРАЇНА»»** розроблено заходи вдосконалення маркетингової діяльності ТОВ «КІПСОЛІД Україна».

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

В першому розділі досліджувалися теоретичні аспекти основ реалізації маркетингових досліджень на підприємстві та специфіку маркетингових досліджень ІТ-сфери. Аналіз ринку вимагає поглибленого вивчення комплексу факторів, що дозволяє сфокусувати виробництво на найбільш важливих продуктах, яким віддають перевагу споживачі на сучасних насичених ринках. Маркетингові дослідження слугують зниженню ризиків, пов'язаних з прийняттям бізнес-рішень, які впливають на розвиток компанії в цілому та покращення конкретних характеристик продукції зокрема. Маркетингові дослідження необхідні для стабільної та ефективної роботи вітчизняних підприємств різних форм власності та господарювання.

Розробка ІТ-послуги як елемента комплексу маркетингу – це процес розробки нової ІТ-послуги, а в більш широкому сенсі – нового продукту, який включає такі етапи:

- Генерування ідеї

- Відбір ідеї
- Розробка та перевірка концепту нового продукту (ІТ–послуги)
- Розробка стратегії маркетингу
- Бізнес–аналіз
- Розробка продукту
- Пробний маркетинг
- Комерціалізація

В другому розділі проаналізовано господарчу діяльність ТОВ «КІПСОЛІД Україна», визначити його місце серед конкурентів та зовнішні сили, що впливають на діяльність банку. Загалом, компанія має досить сильні сторони, які можуть допомогти їй зберегти позиції на ринку та розвиватися, але також і слабкі сторони, які потребують уваги та покращення. На ринку існують значні можливості для розвитку, але також є й загрози, які можуть вплинути на позиції компанії та її доходи. Для успішного розвитку компанії необхідно уважно вивчати ринок, вдосконалювати продукт та забезпечувати високий рівень безпеки.

ТОВ «Кіпсолід Україна» має досить міцні конкурентні позиції за технічними показниками, поступаючись своїм конкурентам тільки в якості надання послуг підтримки та мульти-платформеності, яка має на увазі, що VPN застосунок пристосований для роботи на усіх платформах: різних пристроях, різних операційних системах, окремо на персональному комп'ютері або в режимі додатку до браузеру.

Проаналізовано комплекс маркетингу ТОВ «КІПСОЛІД Україна», визначити основні проблеми в системі маркетингової діяльності. Найслабшим фактором є ціна, що характеризується відсутністю безкоштовних послуг або пробного періоду, щоб клієнти мали змогу ознайомитися з послугами та застосунками компанії перед оформленням платної підписки.

В третьому розділі розроблено заходи вдосконалення маркетингової діяльності ТОВ «КІПСОЛІД Україна», а саме:

1. Побудова ефективної стратегії маркетингу: підприємство повинно розробити стратегію маркетингу, яка відповідає його цілям та бюджету. Це може включати в себе вивчення конкурентного середовища, визначення цільової аудиторії та розробку плану маркетингових комунікацій.
2. Використання цільованої реклами: Інтернет-реклама, така як контекстна реклама, соціальна реклама та реклама на платформах Google та Facebook, може допомогти залучити нових клієнтів та збільшити обсяг продажів. Цільована реклама дозволяє показувати рекламу лише тим користувачам, які мають інтерес до продукту.

3. Використання контент-маркетингу: створення цікавого та корисного контенту, такого як статті, блоги та відео, може допомогти збільшити свідомість про бренд та привернути нових клієнтів. Контент-маркетинг є ефективним інструментом для збільшення відвідуваності сайту та підвищення конверсії.

4. Використання email-маркетингу: розсилання персоналізованих листів клієнтам та підписникам списків розсилки може допомогти збільшити залучення та утримання клієнтів. IT-підприємство може використовувати email-маркетинг для повідомлення про нові продукти, спеціальні пропозиції та знижки.

5. Використання відео контенту та онлайн-вебінарів: відео контент та онлайн-вебінари можуть бути потужним інструментом для просування продуктів VPN. Ці інструменти дозволяють вам розповісти про продукт більш детально, продемонструвати його переваги та допоможуть залучити більше уваги до вашого продукту.

Поліпшення маркетингової діяльності компанії, допоможе ТОВ «Кіпсолід Україна» збільшити свою ринкову частку, залучити більше клієнтів і, як наслідок, збільшити свою прибутковість.