

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет
Кафедра маркетингу, підприємництва і торгівлі



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на тему: Розробка маркетингової стратегії інтернет-просування клініки
стоматологічних послуг «Elita» (ФОП ПАЛАМАРЧУК Є. І.)**

на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Здобувачки _____ **Ковалів І.О.**
2 курсу групи МРЗ-781

Керівник _____ **доц. Лозовська Г.М.**

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від «15» грудня 2022 р., протокол № 5.

**Завідувач кафедри маркетингу,
підприємництва і торгівлі** _____ **проф. Лагодієнко В.В.**

Одеса – 2022 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту, маркетингу і логістики

Кафедра маркетингу, підприємництва і торгівлі

Ступінь вищої освіти “магістр”

Спеціальність 075 “Маркетинг”

Освітньо-професійна програма “Маркетинг”

ЗАТВЕРДЖУЮ
*Зав. кафедри маркетингу,
підприємництва і торгівлі*

“30” вересня 2021 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧІ Ковалів Інні Олександрівні

-
1. Тема проекту (роботи) Розробка маркетингової стратегії інтернет-просування клініки стоматологічних послуг «Elita» (ФОП ПАЛАМАРЧУК Є. І.) такерівник к.е.н., доц. Лозовська Г.М. затверджені наказом ОНТУ від «7» жовтня 2021 року № 851-03 та у редакції, затвердженій наказом від «22» серпня 2022 року № 477-03
 2. Строк подання студентом проекту (роботи) 15.12.2022 року
 3. Вихідні дані до проекту (роботи) аналітичні дані клініки «Elita» (ФОП ПАЛАМАРЧУК Є. І.) про обсяги наданих послуг за 2021-2022 роки, асортимент і цінову політику щодо послуг які надаються, економічні показники діяльності клініки «Elita» (ФОП ПАЛАМАРЧУК Є. І.), огляд українського ринку стоматологічних послуг.
 4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. Розділ 1. Теоретичні основи формування маркетингової стратегії на підприємстві. Розділ 2. Стратегічний аналіз маркетингового середовища клініки стоматологічних послуг «Elita» (ФОП ПАЛАМАРЧУК Є. І.). Розділ 3. Удосконалення маркетингової стратегії інтернет-просування клініки стоматологічних послуг «Elita» (ФОП ПАЛАМАРЧУК Є. І.). Висновки та пропозиції. Список використаних джерел.
 5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) табличний матеріал з відображенням економічних показників підприємства та маркетингової діяльності, графічний матеріал з аналізу та оцінки маркетингового середовища підприємства, графічний матеріал - презентація до захисту роботи (28 слайдів)

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 30.09.2021 р.

Керівник

к.е.н., доцент Лозовська Г.М.

Завдання прийняв до виконання _____ Ковалів І.О.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір робочого варіанту теми і призначення наукового керівника кваліфікаційної роботи.	01-25 вересня 2021 р.	виконано
2.	Затвердження робочого варіанту теми кваліфікаційної роботи	05-25 вересня 2021 р.	виконано
3.	Формування подання кафедри до наказу на затвердження теми та керівника. Отримання завдання на проведення наукового дослідження та підготовка календарного плану виконання кваліфікаційної роботи, затвердження його керівником та завідувачем кафедри.	30 вересня – 10 жовтня 2021р.	виконано
4.	Аналіз та дослідження літературних джерел, статистичних даних за темою кваліфікаційної роботи. Підготовка першого розділу, написання тез та статей	жовтень 2021 р. – серпень 2022 р.	виконано
5.	Проходження дослідницької практики, збір даних підприємства. Уточнення теми кваліфікаційної роботи.	14 серпня – 17 жовтня 2022 р.	виконано
6.	Обробка та узагальнення зібраного матеріалу за темою роботи	16-29 жовтня 2022 р.	виконано
7.	Підготовка першого (чорнового) варіанту роботи і подання його на прочитання науковим керівником.	30 жовтня – 07 листопада 2022 р.	виконано
8.	Доопрацювання тексту роботи з врахуванням зауважень наукового керівника, збагачення роботи додатковими дослідженнями, що проводились під час практики, і подання її на друге читання.	09-22 листопада 2022 р.	виконано
9.	Подання кваліфікаційної роботи для малого захисту на кафедрі, перевірка оформлення, на плагіат.	22-30 листопада 2022 р.	виконано
10.	Подання роботи на зовнішнє рецензування	01 - 05 грудня 2022 р.	виконано
11.	Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи на засіданні Екзаменаційної комісії.	05-18 грудня 2022 р.	виконано
12.	Захист виконаної роботи	21 грудня 2022 р.	

Здобувач-дипломник

(підпис)

Ковалів І.О.

(прізвище та ініціали)

Керівник проекту (роботи)

(підпис)

Лозовська Г.М.

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи СВО «магістр» здобувачки Ковалів І.О.

Магістерська робота на тему «Розробка маркетингової стратегії інтернет-просування клініки стоматологічних послуг «Elita» (ФОП ПАЛАМАРЧУК Є. І.)» складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 110 сторінок, з них 94 сторінок основного тексту. Робота містить 30 таблицю та 20 рисунків. Перелік посилань нараховує 59 найменувань.

Мета кваліфікаційної роботи полягає в аналізі особливостей та розробці рекомендацій стосовно маркетингової стратегії інтернет-просування клініки стоматологічних послуг «Elita» та відповідних заходів з її вдосконалення.

Об'єктом дослідження є процеси пов'язані з розробкою маркетингової стратегії інтернет-просування клініки стоматологічних послуг «Elita» (ФОП ПАЛАМАРЧУК Є. І.).

Предметом є теоретико-методичні та прикладні аспекти розробки маркетингової стратегії інтернет-просування клініки стоматологічних послуг «Elita» (ФОП ПАЛАМАРЧУК Є. І.)

Наукова новизна одержаних результатів полягає в узагальненні теоретичних положень та наданні науково-обґрунтованих рекомендацій щодо розробки маркетингової стратегії інтернет-просування клініки стоматологічних послуг «Elita» (ФОП ПАЛАМАРЧУК Є. І.). Практична значущість полягає в розробці маркетингової стратегії інтернет просування клініки стоматологічних послуг «Elita», програми рекламної інтернет діяльності клініки та підвищенні ефективності збуту послуг.

Методи дослідження: SWOT-аналіз, PESTEL-аналіз, анкетування, модель 5-ти рушійних сил Майкла Портера, портфельний аналіза допомогою матриці McKinsey.

Ключові слова: маркетингова стратегія, стоматологічні послуги, інтернет-стратегія просування, ефективність маркетингової стратегії, рекламна інтернет-кампанія.

ABSTRACT

to qualifying work HED «master» student Kovaliv I.O.

Master's work on «Development of marketing strategy of the Internet promotion of the clinic of dental services «Elita» (PE Palamarchuk E.I.)» consists of an introduction, three sections, conclusions and proposals, a list of sources used. The total amount of work is 110 pages, of which 94 pages of the main text. The work contains 34 tables and 20 drawings. The list of links includes 59 titles.

The purpose of the qualification work is to analyze the features and development of recommendations on the marketing strategy of the Internet promotion of the «Elita» dental services and appropriate measures to improve it. The object of research is the processes associated with the formation of marketing strategy of real estate agencies.

The object of the study is the process of developing the marketing strategy of the Internet Defense of the «Elita» Dental Services Clinic (PE Palamarchuk E.I.).

The subject is the theoretical, methodological and applied aspects of development of marketing strategy of the Internet promotion of the clinic of dental services «Elita» (PE Palamarchuk E.I.)

The scientific novelty of the obtained results is to summarize the theoretical provisions and to provide scientifically sound recommendations for the development of a marketing strategy of the Internet Defense of the «Elita» Dental Services Clinic (PE Palamarchuk E.I.). Practical significance is to develop an Internet marketing strategy for promoting «Elita» dental services, a clinic advertising online activity programs and increased services.

Research methods: SWOT analysis, PESTEL analysis, questionnaires, Michael Porter's 5 driving forces, portfolio analysis using McKinsey matrix.

Keywords: marketing strategy, dental services, advanced promotion strategy, marketing strategy efficiency, advertising online campaign.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	11
1.1. Роль та місце маркетингової стратегії у системі стратегій підприємства.....	11
1.2. Методичні підходи до формування маркетингової стратегії підприємства.....	17
1.3. Особливості маркетингової стратегії Інтернет-просування стоматологічних послуг.....	29
Висновки до розділу 1.....	34
РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА КЛІНІКИ СТОМАТОЛОГІЧНИХ ПОСЛУГ «ELITA» (ФОП ПАЛАМАРЧУК Є. І.).....	35
2.1. Аналіз макросередовища клініки «ELITA».....	35
2.2 Аналіз мікросередовища клініки «ELITA».....	47
2.3. Портфельний аналіз клініки «ELITA».....	63
2.4. SWOT-аналіз клініки «ELITA».....	68
Висновки до розділу 2.....	72
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ІНТЕРНЕТ-ПРОСУВАННЯ КЛІНІКИ СТОМАТОЛОГІЧНИХ ПОСЛУГ «ELITA» (ФОП ПАЛАМАРЧУК Є. І.).....	74
3.1.Розробка маркетингової стратегії клініки «ELITA».....	74
3.2.Формування програми інтернет-просування клініки «ELITA»...	80
3.3. Прогнозування ефективності реалізації маркетингової стратегії інтернет-просування клініки «ELITA».....	87
Висновки до розділу 3.....	90
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	92
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	94
ДОДАТКИ.....	101

ВСТУП

Глобалізація бізнесу, посилення конкуренції, підвищення ролі споживача у формуванні попиту на товари, включення українських підприємств у міжнародний поділ праці висувають нові вимоги до системи управління підприємствами та використання інструментів стратегічного менеджменту і маркетингу для досягнення конкурентних переваг й довгострокового успіху. Необхідність перебудови діяльності підприємства на основі стратегічного управління зумовлена змінами в зовнішньому середовищі, і насамперед, зростанням його невизначеності, а також змінами в організації великих підприємств у результаті їх концентрації і диверсифікації. Ігнорування нових обставин, що виникають внаслідок посилення глобалізації, може призвести до негативних наслідків. Тому виникає необхідність у дослідженні процесу глобалізації бізнесу, аналізи впливу факторів його розвитку на зміну як макро-, так і мікроекономічних процесів, конкурентного середовища, розробці маркетингової стратегії підприємства та її адаптації в умовах розвитку глобалізації [1].

Ретельно розроблена маркетингова стратегія забезпечить ефективне використання ресурсів та адаптує підприємство до змін, які постійно виникають у зовнішньому середовищі і, як наслідок, забезпечить підприємству стійку ринкову позицію.

Здобувачка	Ковалів І.О.			КРМ. МПіТ.1.477-03.П.2.3			
				Текстова частина	Стад		Стор.
Керівник	Лозовська Г.М.					6	110
Зав.каф.	Лагодієнко В.В.				ОНТУ		

Обрана тема кваліфікаційної роботи присвячена аналізу та розробці ефективної маркетингової стратегії інтернет-просування клініки стоматологічних послуг «Elita» (ФОП ПАЛАМАРЧУК Є. І.)

Мета кваліфікаційної роботи полягає в аналізі особливостей та розробці рекомендацій стосовно маркетингової стратегії інтернет-просування клініки стоматологічних послуг «Elita» та відповідних заходів з її вдосконалення.

Виходячи з поставленої мети, **завданнями** кваліфікаційної роботи є:

- визначення ролі та місця маркетингової стратегії у системі стратегій підприємства;
- ознайомлення з методичними підходами до формування маркетингової стратегії підприємства;
- вивчення особливостей маркетингової стратегії інтернет-просування стоматологічних послуг;
- аналіз мікро та макросередовища підприємства, конкурентного середовища;
- проведення портфельного та SWOT-аналізу клініки «ELITA»;
- розроблення системи маркетингових стратегій для підприємства;
- розробка пропозицій щодо формування програми інтернет-просування клініки «ELITA»;
- прогнозування ефективності реалізації маркетингової стратегії інтернет-просування клініки «ELITA».

Об'єктом дослідження є процеси пов'язані з розробкою маркетингової стратегії інтернет-просування клініки стоматологічних послуг «Elita» (ФОП ПАЛАМАРЧУК Є. І.).

Предметом є теоретико-методичні та прикладні аспекти розробки маркетингової стратегії інтернет-просування клініки стоматологічних послуг «Elita» (ФОП ПАЛАМАРЧУК Є. І.).

Методами дослідження виступають наступні:

- аналіз і синтез – для визначення теоретичних основ формування маркетингової стратегії на підприємстві;
- структурний аналіз – для дослідження динаміки та структури показників діяльності підприємства;
- оцінювання та порівняння – при конкурентному аналізі підприємств з надання стоматологічних послуг;
- аналітико-синтетичний метод дослідження сильних і слабких сторін діяльності – SWOT-аналіз;
- економіко–математичні методи – для прогнозування показників діяльності після впровадження запропонованих заходів.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в узагальненні теоретичних положень та наданні науково-обґрунтованих рекомендацій щодо розробки маркетингової стратегії інтернет-просування клініки стоматологічних послуг «Elita» (ФОП ПАЛАМАРЧУК Є. І.).

Сутність здобутих автором наукових результатів, висновків і положень, які мають наукову новизну, полягає в такому:

удосконалено:

- теоретико-методичні положення формування маркетингової стратегії підприємства;

- методичний підхід до оцінювання маркетингової діяльності клініки стоматологічних послуг «Elita» (ФОП ПАЛАМАРЧУК Є. І.);

набули подальшого розвитку:

- методика використання портфельного аналізу діяльності підприємства, зокрема визначені перспективні напрямки розвитку клініки стоматологічних послуг «Elita» (ФОП ПАЛАМАРЧУК Є. І.) для подальшого втримання позицій на ринку;

- розробка системи маркетингових стратегій за допомогою моделі п'яти рушійних сил М. Портера.

Результати, що були отримані в ході виконання магістерської роботи мають практичне значення, адже можуть бути використані клінікою

стоматологічних послуг «Elita» (ФОП ПАЛАМАРЧУК Є. І.) для вдосконалення власної маркетингової стратегії інтернет-просування.

Апробація результатів кваліфікаційного дослідження.

Основні результати кваліфікаційної роботи були представлені та обговорювалися на XVIII Всеукраїнській науковій ZOOM-конференції студентів з розділу «Харчові технології» та Науковій конференції здобувачів вищої освіти 11-13 травня 2022 року.

Обсяг і структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків. Основний текст роботи викладений на 94 сторінках друкованого тексту. Зміст кваліфікаційної роботи проілюстровано 34 таблицями і 20 рисунками. Список використаних літературних джерел містить 59 найменування.