

**Міністерство освіти і науки України**  
**Одеський національний технологічний університет**

Факультет менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування  
Кафедра маркетингу, підприємництва і торгівлі  
Ступінь вищої освіти – перший (бакалавр)  
Спеціальність 075 «Маркетинг»  
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»



**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**  
**на тему: Розробка маркетингової digital-стратегії для**  
**КНП «ЦПМСД №4» ОМР»**

ШИФР КРБ.МПіТ.1.88-03.IV.4.1

Здобувачки \_\_\_\_\_ Шевякової Г.О.  
3 курсу зі скор. терміном  
навчання групи МРз-5816  
Керівник \_\_\_\_\_ доц. Мільчева В.В.

**Кваліфікаційна робота допускається до захисту**

Рішення кафедри від «15» червня 2024 р., протокол №17

Завідувач кафедри маркетингу,  
підприємництва і торгівлі \_\_\_\_\_ проф. Володимир ЛАГОДІЄНКО

**Одеса – 2024 рік**

**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І**  
**МЕНЕДЖМЕНТУ ім.Г.Е.Вейнштейна**

Факультет менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування  
Кафедра маркетингу, підприємництва і торгівлі  
Ступінь вищої освіти перший (бакалавр)  
Спеціальність 075 «Маркетинг»  
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Зав. кафедри \_\_\_\_\_

«27» вересня 2023 р.

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА**

здобувачу

***Галині ШЕВЯКОВІЙ***

1. Тема проекту (роботи) Розробка маркетингової digital-стратегії для КНП «ЦПМСД №4» ОМР» та керівник PhD, доц. Мільчева В.В., затверджені наказом ОНТУ від «27» вересня 2023 року № 542-03 та у редакції, затвердженій наказом від «09» лютого 2024 року № 88-03
2. Строк подання студентом проекту (роботи) 15.06.2024 року
3. Вихідні дані до проекту (роботи) аналітичні дані підприємства КНП «ЦПМСД №4» ОМР» та його конкурентів, матеріали наукових публікацій з питань удосконалення маркетингової digital-стратегії.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. Розділ 1. Теоретичні засади формування digital-стратегії підприємства. Розділ 2. Аналіз маркетингової діяльності КНП «ЦПМСД №4» ОМР. Розділ 3. Удосконалення digital-стратегії КНП «ЦПМСД №4» ОМР. Висновки та пропозиції. Список використаних джерел.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) табличний матеріал з відображенням показників діяльності підприємства, графічний матеріал з аналізу та оцінки маркетингового середовища підприємства, графічний матеріал – презентація до захисту роботи.

## 6. Консультанти розділів проекту (роботи)

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

7. Дата видачі завдання 27.09.2023 р.

Керівник \_\_\_\_\_ PhD, доц. Мільчева В.В.

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ Шевякова Г.О.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми, обґрунтування її актуальності і призначення наукового керівника кваліфікаційної роботи.	до 15 серпня 2023 р.	виконано
2.	Затвердження теми кваліфікаційної роботи	до 22 серпня 2023 р.	виконано
3.	Отримання завдання на проведення наукового дослідження та підготовка календарного плану виконання кваліфікаційної роботи, затвердження його керівником.	до 10 жовтня 2023 р.	виконано
4.	Збір та узагальнення статистичного матеріалу за темою роботи за період 2021 – 2023 рр.	10 листопада 2023 р.	виконано
5.	Підготовка першого розділу кваліфікаційної роботи, узагальнення огляду літературних джерел. Висновки за розділом 1.	до 20 грудня 2023 р.	виконано
6.	Робота над другим розділом: розробка системи показників, макету аналітичних таблиць.	до 25 лютого 2024 р.	виконано
7.	Проходження комплексної практики з фаху та збирання первинного матеріалу власних спостережень за 2023 р.	25 лютого – 18 березня 2024 р.	виконано
8.	Виконання другого розділу кваліфікаційної роботи. Проведення аналітичної роботи та підготовка висновків за розділом 2.	до 01 квітня 2024 р.	виконано
9.	Розробка та оформлення третього розділу кваліфікаційної роботи. Висновки за розділом 3.	до 01 травня 2024 р.	виконано
10.	Подання роботи на перевірку науковому керівникові та доопрацювання тексту роботи і висновків. Завершення оформлення роботи та розробка висновків і пропозицій.	до 02 червня 2024 р.	виконано
11.	Перевірка роботи на плагіат. Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи на засіданні Екзаменаційної комісії: доповідь, демонстраційні матеріали, попередній захист, подання текстової і графічної частини роботи до е-архіву кафедри та університету.	05-15 червня 2024 р.	виконано
12.	Захист виконаної роботи згідно затвердженого графіку роботи ЕК спеціальності 075 «Маркетинг»	18-21 червня 2024 р.	

Керівник проекту (роботи) \_\_\_\_\_ Мільчева В.В.  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Здобувач-дипломник \_\_\_\_\_ Шевякова Г.О.  
(підпис) (прізвище та ініціали)

*Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ.*

*Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.*

Здобувач-дипломник \_\_\_\_\_ Шевякова Г.О.

## АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи СВО «бакалавр» здобувачки Шевякової Г.О.

У кваліфікаційній роботі розглянуті формування маркетингової digital-стратегії організації у сфері охорони здоров'я.

Кваліфікаційна робота містить такі розділи:

1. Теоретичні засади формування digital-стратегії підприємства;
2. Аналіз маркетингової діяльності КНП «ЦПМСД №4» ОМР;
3. Удосконалення digital-стратегії КНП «ЦПМСД №4» ОМР.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка маркетингової digital-стратегії для КНП «Центр первинної медико-санітарної допомоги №4» ОМР.

Об'єктом дослідження є медичні послуги, що надаються підприємством КНП «ЦПМСД №4» ОМР. Предметом дослідження є комплекс науково-теоретичних, методичних і прикладних аспектів розробки маркетингової digital-стратегії КНП «ЦПМСД №4» ОМР на ринку медичних послуг.

Використання належних стратегій для цифрової комунікації стає ключовим аспектом для будь-якого виду підприємства, включаючи й організації у сфері охорони здоров'я.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ DIGITAL-СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
1.1 Сутність та роль digital-маркетингу в сучасних умовах .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
1.2 Етапи формування digital-стратегії компанії.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
1.3 Світові тенденції digital-стратегії у просуванні медичних послуг .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Висновки до розділу 1.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КНП «ЦПМСД №4» ОМР.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
2.1 Характеристика маркетингової діяльності підприємства .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
2.2 Аналіз факторів зовнішнього середовища прямого та непрямого впливу .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
2.3 Аналіз digital-комунікацій КНП «ЦПМСД №4» ОМР.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
2.4 Аналіз digital-комунікацій основних конкурентів.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
2.5 Стратегічне сегментування – STP .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Висновки до розділу 2.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ DIGITAL-СТРАТЕГІЇ КНП «ЦПМСД №4» ОМР.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
3.1 Обґрунтування ключових стратегічних рішень digital-стратегії КНП «ЦПМСД №4» ОМР.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
3.2 Проєкт маркетингових заходів щодо оптимізації інтернет-просування .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

3.3 Оцінка ефективності проєкту запропонованих заходів **Ошибка! Закладка не определена.**

Висновки до розділу 3..... **Ошибка! Закладка не определена.**

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ... **Ошибка! Закладка не определена.**

## ВСТУП

В сучасному світі, де панує епоха цифровізації, інформація розповсюджується миттєво і доступна всім. Це епоха, де інформація та технології визначають усі аспекти нашого життя.

Сучасний світ відрізняється різноманітністю та швидкістю змін, що стають доступними завдяки інтернету, обчислювальним системам, мобільним пристроям та іншим технологічним досягненням. Він надає безліч можливостей та викликів, і важливо розуміти його функціонування та вплив на наше життя. Теперішні інновації і технології надають нам потужні інструменти, які можна використовувати для вирішення глобальних проблем, створення нових продуктів і послуг, покращення якості життя та взаємодії зі світом навколо нас.

Використання належних стратегій для цифрової комунікації стає ключовим аспектом для будь-якого виду підприємства, включаючи й організації у сфері охорони здоров'я.

При керуванні структурованим підприємством сфери охорони здоров'я важливо не лише надавати якісні медичні послуги, а й забезпечувати ефективну комунікацію з пацієнтами та громадськістю. Постає питання, як ефективні стратегії digital-комунікацій можуть покращити обслуговування пацієнтів, робити більш доступною інформацію про послуги та сприяти покращенню репутації конкретного медичного закладу.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка маркетингової digital-стратегії для КНП «Центр первинної медико-санітарної допомоги №4» ОМР.

Під час виконання даної кваліфікаційної роботи були поставлені наступні завдання:

- вивчити теоретичні засади формування digital-стратегії підприємства;
- надати характеристику маркетингової діяльності підприємства;
- проаналізувати фактори зовнішнього середовища прямого та непрямого впливу;

- провести аналіз digital-комунікацій КНП «ЦПМСД №4» ОМР;
- провести аналіз digital-комунікацій основних конкурентів;
- розробити стратегічне сегментування – STP;
- обґрунтувати ключові стратегічні рішення digital-стратегії КНП «ЦПМСД №4» ОМР;
- розробити проєкт маркетингових заходів щодо оптимізації інтернет-просування;
- оцінити ефективність проєкту запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є медичні послуги, що надаються підприємством КНП «ЦПМСД №4» ОМР.

Предметом дослідження є комплекс науково-теоретичних, методичних і прикладних аспектів розробки маркетингової digital-стратегії КНП «ЦПМСД №4» ОМР на ринку медичних послуг.