

Міністерство освіти і науки України
Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет документальних комунікацій, менеджменту, технологій та фізики
Кафедра економіки та управління бізнесом

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

на тему:

**«ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ДЛЯ ОНЛАЙН
БІЗНЕСУ (НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНУ «NEW YORK STREET PIZZA»)»**

Виконав: здобувач вищої освіти
гр. МГ маг–2, д. ф. н.
Мірошніченко Іван Сергійович

Керівник: д. екон. н., проф. Дейнега Інна
Олександрівна

Рецензент: віце-президент ГО «Українська
асоціація маркетингу» Гладунов Олександр
Варфоломійович

Рівне – 2023

АНОТАЦІЯ

Тема: Формування маркетингових стратегій для онлайн бізнесу (на прикладі ресторану «New York Street Pizza»).

Кваліфікаційна робота розміщена на 82 сторінках друкованого тексту (без списку використаних джерел і додатків), містить 11 рисунків, 19 таблиць, перелік посилань із 32 джерел на 3 сторінках.

Ключові слова: стратегія, маркетингова стратегія, маркетингова програма, онлайн бізнес, бренд, конкурентні переваги, конкурентоздатність підприємства.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи виступає ресторан «New York Street Pizza».

Предметом дослідження є система управління підприємства.

Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, 3 розділів, висновків.

У **вступі** обґрунтовано актуальність вибраної теми, сформульовано мету і завдання дослідження, вказано об'єкт і конкретизовано предмет дослідження.

Перший розділ розкриває зміст теоретичних понять стосовно формування маркетингової стратегії підприємств. Зокрема, подано визначення понять «стратегія» та «маркетингова стратегія», досліджено методологічні підходи до вибору та обґрунтування маркетингових стратегій підприємств, специфіку формування маркетингових стратегій для онлайн бізнесу, специфічні особливості реалізації маркетингових стратегій на ринку ресторанних послуг.

У **другому розділі** проаналізовано загальний фінансово-економічний стан та умови реалізації маркетингових стратегій ресторану «New York Street Pizza».

У **третьому розділі** обґрунтовано напрями удосконалення маркетингових стратегій ресторану «New York Street Pizza», проведено економічне обґрунтування ефективності програми заходів.

Висновки містять основні пропозиції та рекомендації, що сприятимуть формуванню ефективних маркетингових стратегій ресторану «New York Street Pizza» при застосуванні онлайн-сервісів ведення бізнесу.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ.....	10
1.1. Стратегія як об’єкт маркетингового управління.....	10
1.2. Методологічні підходи до вибору та обґрунтування маркетингових стратегій підприємств.....	19
1.3. Реалізація маркетингових стратегій онлайн бізнесу	26
1.4. Специфічні особливості реалізації маркетингових стратегій на ринку ресторанних послуг.....	30
<i>Висновки за розділом 1</i>	33
 РОЗДІЛ 2. ОЦІНЮВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ РЕСТОРАНУ «NEW YORK STREET PIZZA».....	35
2.1. Характеристика виробничо-господарської діяльності ресторану «New York Street Pizza».....	35
2.2. Аналіз фінансово-економічних результатів діяльності та фінансового стану ресторану «New York Street Pizza».....	39
2.3. Оцінювання зовнішнього середовища функціонування ресторану «New York Street Pizza».....	46
2.4. Аналіз комплексу маркетингу ресторану «New York Street Pizza».....	55
2.5. SWOT- аналіз діяльності ресторану «New York Street Pizza».....	64
<i>Висновки за розділом 2</i>	67

РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ РЕСТОРАНУ «NEW YORK STREET PIZZA».....	69
3.1. Формування фокусу маркетингової стратегії ресторану «New York Street Pizza».....	69
3.2. Вдосконалення організації маркетингової діяльності ресторану «New York Street Pizza».....	71
3.3. Удосконалення онлайн складової бізнесу ресторану «New York Street Pizza».....	75
<i>Висновки за розділом 3</i>	79
 ВИСНОВКИ.....	80
ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА.....	83
ДОДАТКИ.....	86