

УДК 338.5.01

**Чукурна О.П.***кандидат економічних наук,  
доцент кафедри маркетингу  
Одеського національного політехнічного університету***Пилипенко Д.С.***аспірант  
Одеського національного політехнічного університету***Парфенов М.Ю.***аспірант  
Одеського національного політехнічного університету*

## РОЛЬ ABC-XYZ-АНАЛІЗУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПОСЛУГАМИ ВЕБ-СТУДІЙ

Стаття присвячена технології проведення ABC-XYZ аналізу на ринку веб-послуг в Інтернеті. Розглянуто особливості проведення ABC-XYZ аналізу в системі управління послугами веб-студій. Розроблені рекомендації щодо підвищення ефективності системи управління веб-послугами. Запропоновано адаптований варіант ABC-XYZ аналізу для веб-студій, який є ефективним інструментом формування стратегії управління веб-послугами в Інтернеті.

**Ключові слова:** веб-послуги, веб-студія, ABC-XYZ аналіз, Інтернет-маркетинг.

### **Чукурна Е.П., Пилипенко Д.С., Парфенов М.Ю. РОЛЬ ABC-XYZ-АНАЛИЗА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ УСЛУГАМИ ВЕБ-СТУДИЙ**

Статья посвящена технологии проведения ABC-XYZ анализа на рынке веб-услуг в Интернете. Рассмотрены особенности проведения ABC-XYZ анализа в системе управления услугами веб-студий. Разработаны рекомендации по повышению эффективности системы управления веб-услугами. Предложен адаптированный вариант ABC-XYZ анализа для веб-студий, который является эффективным инструментом формирования стратегии управления веб-услугами в Интернете.

**Ключевые слова:** веб-услуги, веб-студия, ABC-XYZ анализ, Интернет-маркетинг.

### **Chukurna E.P., Pilipenko D.S., Parfenov M.Yu. THE ROLE OF ABC-XYZ-ANALYSIS IN THE CONTROL SYSTEM OF WEB STUDIO SERVICES**

The article is devoted to the technology of ABC-XYZ analysis on the market of web services on the Internet. Features of ABC-XYZ analysis in the web services management system are considered. Recommendations are developed to improve the effectiveness of the web services management system. An adapted version of ABC-XYZ analysis for web studios is offered, which is an effective tool for forming a strategy for managing web services on the Internet.

**Keywords:** Web services, web studio, ABC-XYZ analysis, Internet marketing.

**Постановка проблеми.** В сьогоденні проблема управління товарним портфелем послуг є однією з ключових проблем маркетингу. Розвиток інтернет-маркетингу, виникнення специфічних видів послуг та різноманітних форм просування послуг в інтернеті потребує пошук нових методів стратегічного управління товарним портфелем. В цьому аспекті використання ABC-XYZ-аналіз дозволяє вирішити це завдання. Традиційно ABC-XYZ-аналіз розглядають виключно як інструмент управління товарними запасами в системі складської логістики, тому немає наукових робіт, присвячених його використанню, як інструменту управління послугами, особливо в сфері Інтернет-маркетингу. Проте, поява нових для традиційних ринків видів послуг, в тому числі й в інтернеті, ставить нові науково-практичні завдання щодо формування ефективних систем управління послугами. Вибір маркетингового інструментарію, який використовується при просуванні послуг та ідей в Інтернеті, обумовлений певними особливостями віртуального ринку: наявністю великих масивів інформації про товари та послуги; можливістю оцінка ціни незалежно від місця знаходження покупця; появою віртуального ринку вільної конкуренції для однорідних товарів через велику кількість продавців; відсутністю психологічних чинників впливу на поведінку споживачів та їх вибір; зниженням логістичних витрат й відповідно цін на 20-30%, саме нижча ціна є основною мотивацією купівлі; можливістю виходу на міжнародні ринки з мінімальними витратами та ін. Врахування всіх цих особливостей віртуаль-

ного ринку в Інтернеті також потребує ефективних методів та інструментів управління, що обґрунтовує тему даного дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемами використання маркетингових технологій, інструментів та методів в Інтернеті займається багато зарубіжних та українських науковців, таких як: Л. Вебер [1], О.В. Зозульов [2], М.А. Окландер [3], М. Стелзнер [4], М. Хайятт [5], Р. Холідей [6]. Проте, системи управління послугами та товарним портфелем підприємств в Інтернеті, вивчалися недостатньо.

**Постановка завдання.** Однак, ABC XYZ-аналіз є універсальним інструментом і надає можливості його використання в будь-яких сферах маркетингової діяльності, в тому числі й в системі управління послугами. Тому, метою статті є формування рекомендації з управління послугами веб-студій за допомогою ABC-XYZ-аналізу

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Чотири складові маркетингу-мікс, з погляду продавця, є тими інструментами маркетингу, за допомогою яких здійснюється вплив на покупців. З точки зору покупців, призначенням кожного маркетингового інструменту є збільшення вигод споживачів. Роберт Лотерборн вважає, що чотири «Р» продавця відповідають чотирьом «С» споживача. Концепція «4С» споживача включає такі елементи: нужди та потреби споживача (consumer needs and wants), витрати споживача (consumer cost), зручність (convenience), комунікацію та обмін інформацією (communication). Останніми роками концепція «4 Р» поповнилась новими

елементами – люди (people), упаковка (package) або для сфери послуг фізичне оточення (physical environment), персональний продаж (personal selling) і отримала назву «7Р». Особливо цей підхід притаманний для сфери послуг.

Основним елементом концепції маркетингу-мікс є товар, яким з точки зору маркетингу називають все те, що призначене для задоволення потреб споживачів і пропонується на ринку для привернення уваги, придбання, використання або споживання. З усіх елементів маркетингу-мікс для віртуального ринку, в умовах якого працюють веб-студії, головним елементом комплексу маркетингу стає «communication» або «promotion». Ціна є також вагомим елементом комплексу маркетингу веб-студій, особливого значення це набуває в умовах загострення конкуренції за послугами-аналогами. Підвищення ціни на

послуги веб-студій може бути доцільним при умовах зростання оцінки «promotion», оскільки споживачі почнуть платити за довіру та бренд. Оскільки веб-студії займаються просуванням своїх послуг в Інтернеті, вони контролюють свої позиції у видачах пошукових систем. Інша сторона «promotion», за якою веб-студії мають можливість ефективно заявити про себе – це виконання послуг для відомих компаній. Саме ця сторона діяльності потребує від веб-студій створення механізму ефективного управління портфелем послуг, а інструментом такого управління може бути ABC-XYZ-аналіз. На прикладі веб-студії «Up-Site», яка створювала сайти для таких брендів як: «Таврія В», «Star Podium», «Карабинер», «Бумеранг Тур», «Vise Pro» було проведено ABC-XYZ-аналіз її послуг в Інтернеті. Цей інструмент був використаний з метою розподілу послуг веб-студії

Таблиця 1

**Результати ABC-XYZ-аналіз у для веб-студії «Up-Site»**

| Послуга  | Ціна, грн           | Кількість замовлень за березень, грн | Кількість замовлень за квітень, грн | Кількість замовлень за травень, грн | Загальний прибуток, грн | Частка в обороті % | Частка в обороті з накопичувальним підсумком % | Група |
|--|---------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------|--------------------|--|-------|
| Створення сайту  | 10000               | 30000                                | 10000                               | 40000                               | 90000                   | 19,42              | 19,42  | A     |
| Маркетингові веб-дослідження                                   | 7500                | 15000                                | 7500                                | 30000                               | 60000                   | 12,95              | 32,37  | A     |
| Контекстна реклама (налаштування)                              | 2500 грн            | 12500                                | 15000                               | 20000                               | 47500                   | 10,25              | 42,62  | A     |
| Технічна SEO оптимізація (технічне завдання та його виконання) | 1500                | 9000                                 | 10500                               | 12000                               | 33000                   | 7,12               | 49,75  | A     |
| Копірайтинг  | 50 за 1000 символів | 12550                                | 10000                               | 8500                                | 31050                   | 6,70               | 56,45  | B     |
| Розробка мобільних додатків                                    | 750 за 1 час        | 30000                                | 0                                   | 0                                   | 30000                   | 6,47               | 62,92  | B     |
| Розробка дизайну сайтів  | 500 за годину       | 18000                                | 9000                                | 0                                   | 27000                   | 5,83               | 68,75  | B     |
| Консалтинг та аудит  | 5000                | 5000                                 | 15000                               | 0                                   | 25000                   | 5,40               | 74,14  | B     |
| Крауд-маркетинг  | 40 за 1 посилання   | 8120                                 | 10240                               | 5200                                | 23560                   | 5,08               | 79,23  | B     |
| SMM  | 2500 в місяць       | 2500                                 | 10000                               | 10000                               | 22500                   | 4,86               | 84,08  | C     |
| Контекстна реклама (ведення)                                   | 1250 в місяць       | 5000                                 | 7500                                | 8750                                | 21250                   | 4,59               | 88,67  | C     |
| Мобільна адаптація   | 2500                | 7500                                 | 2500                                | 7500                                | 20000                   | 4,32               | 92,99  | C     |
| Рестайлінг   | 3750                | 0                                    | 3750                                | 7500                                | 15000                   | 3,24               | 96,22  | C     |
| Технічна SEO оптимізація (технічне завдання)                   | 500                 | 4000                                 | 2500                                | 3000                                | 10000                   | 2,16               | 98,38  | C     |
| Адміністрування  | 1500 в місяць       | 3000                                 | 1500                                | 3000                                | 7500                    | 1,62               | 100,00   | C     |
| Онлайн-консультація  | Безкоштовно         |                                      |                                     |                                     | 0                       | 0,00               | 100,00   | C     |
|  |                     |                                      |                                     | Всього:                             | 463360                  |                    |  |       |

залежно від їхнього вкладу в загальний оборот студії. ABC-аналіз є одним з методів раціоналізації, який може використовуватися в усіх функціональних сферах діяльності підприємства. ABC-аналіз дозволяє: виділити найбільш суттєві напрями діяльності; направити ділову активність в сферу підвищеної економічної значущості та одночасно понизити витрати в інших сферах за рахунок усунення зайвих функцій і видів робіт; підвищити ефективність організаційних і управлінських рішень завдяки їх цільовій орієнтації.

За результатами розрахунку, всі послуги веб-студій можна розділити на наступні три групи. Цей розподіл був пристосований для робіт з формуванням замовлень послуг. Послуги групи «А» – не чисельна група найважливіших послуг, розмір замовлень за якими потрібно постійно контролювати, точно визначити витрати, пов'язані із формуванням замовлення та його обробкою. Послуги групи «В» – займають середню за важливістю позицію; за ними здійснюється звичайний контроль та збір інформації про можливе поновлення замовлень. Послуги групи «С» – найчисленніші товари, на частку яких припадає найменша частина всіх коштів вкладених в формування замовлень по ним; розрахунки розміру і періоду замовлення не ведуться; поповнення замовлень реєструється, але їх рівень не відслідковується. На прикладі веб-студії «Up-Site» було розраховано вклад кожної послуги в загальний оборот підприємства за допомогою ABC-аналізу (табл. 1).

Проаналізувавши таким чином внесок кожної послуги в загальний оборот веб-студії «Up-Site», можна зробити висновки, що позиції які відносяться до групи «А» є лідерами продажу, на них треба постійно звертати увагу. Недопустимий дефіцит спеціалістів, що забезпечують виконання цих замовлень, потрібно постійне просування й реклама за ним.

Також слід зауважити, що найприбутковішою послугою є «Створення сайту», яка відноситься до категорії «А» й опосередковано впливає на інші послуги. Сайт можна створити, але він ніколи самостійно не з'явиться у пошуковій системі. Для цього треба налаштувати окремі файли, які будуть координувати діяльність робіт, завантажити сайт на CMS, створити семантичне ядро, постійно слідкувати за усіма процесами, проводити SEO оптимізацію та наповнювати сайт контентом. Тому клієнти з послугою «створення сайту» часто замовляють SEO оптимізацію (група А). Для більш ефективної SEO оптимізації потрібні маркетингові веб-дослідження (група А). Одним з важливих та необхідних SEO інструментів є контекстна реклама (група А). Ми бачимо, що вся група «А» створена з так званих послуг – компонентів. Авжеж, бувають ситуації коли ці послуги замовляють окремо, але «створення сайту» дуже часто стає поводом для придбання інших послуг.

Група «В» також складається з послуг які позиціонуються й як комплементарні, й окремо. Дивно, що послуга «розробка дизайну сайту» знаходиться так низько. Треба звернути на це увагу та зрозуміти причини цього – недостатня кваліфікація, вигідніші пропозиції у конкурентів (особливо у фрілансерів) чи інші. Необхідно розглянути позиції «Розробки мобільних додатків», оскільки це потенційно вигідна ніша. Багато сайтів створюють додатки для того, щоб «юзерам» було зручно користуватися ресурсом зі смартфонів, тому, якщо підприємство буде зростати та розширювати свій штат – відділ розробки мобільних додатків буде важливим елементом у цьому процесі.

До групи «С» входить послуга «SMM». Але це не означає що від неї потрібно позбутися. Справа в тому, що майже на кожному підприємстві є свій штат SMM, людей, які займаються веденням груп у соціальних мережах. Крім того, багато фрілансерів пропонують цю послугу дешевше, тому веб-студія не завжди може заробити на цьому. Але SMM потрібно залишити для повного спектру послуг. Також з групи «С», SMM є найперспективнішим видом послуг на даному етапі. В групі «С» можна побачити послугу «Технічна SEO оптимізація (технічне завдання)». В групі «А» є послуга «Технічна SEO оптимізація (технічне завдання та його виконання)». Стає зрозуміло, що клієнти частіше замовляють завдання та його виконання, оскільки це справа фахівця. Але деякі клієнти замовляють лише технічне завдання. Можливо, клієнт хоче сам його виконати, або в нього є команда, яка виконає дешевше ніж веб-студія «Up-Site», але послуга існує. Вона не приносить ніяких збитків, оскільки її виконання не займає багато часу та не потребує великих зусиль, але, інколи більше, інколи менше – вона приносить прибуток.

Основними плюсами використання ABC-аналізу для веб-студій є наступні: можливість зрозуміти важливість товарів; швидкий результат й швидке застосування управлінських рішень; регулярне проведення та порівняння з попередніми періодами дає можливість відстежити стадії життєвого циклу товарів.

Основними недоліками ABC-аналізу для веб-студій є наступні: потрібно враховувати багато додаткових факторів; потрібен масив даних для аналізу за певний період; важливою умовою є стабільність на ринку товарів, якщо відбуваються якісь непередбачені ситуації (різка інфляція, політичні хвилювання, тощо), дані ABC-аналізу можуть бути неточні; необхідність використовувати великий період аналізу, оскільки за певний період споживачі могли придбати престижну послугу, яка потрапить до групи «А». Виходячи з цих даних підприємство може почати витрачати зайві кошти на рекламну кампанію цієї послуги, але, оскільки вона є елітною, можливо, у наступному кварталі її ніхто не придбає. Також це відноситься до сезонів та трендів.

Для розуміння стабільності попиту на послугу необхідно провести XYZ-аналіз. XYZ-аналіз – це аналіз, що дозволяє розробити класифікацію послуг й ресурсів компанії залежно від характеру їх споживання та точності прогнозування змін в їх потребі протягом певного часового циклу. Якщо при ABC – аналізі визначальне місце при віднесенні товарів до тієї чи іншої групи має розмір внеску певного товару, то при XYZ – аналізі така роль відводиться ступеню рівномірності попиту і точності його прогнозування. Алгоритм проведення можна представити в трьох етапах:

1. Визначення коефіцієнту варіації для аналізованих ресурсів, який визначається за наступною формулою (1):

$$v = \frac{\sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n-1}}}{\bar{x}} \times 100 \quad (1)$$

де:  $x_i$  – значення параметра по оцінюваному об'єкту за  $i$ -й період;

$\bar{x}$  – середнє значення параметра по оцінюваному об'єкту аналізу

$n$  – число періодів.

2. Угрупування ресурсів відповідно до зростання коефіцієнту варіації;

### 3. Розподіл за категоріями X, Y, Z.

Категорія X – це ресурси, які характеризуються стабільною величиною споживання, незначними коливаннями в їх витраті і високою точністю прогнозу. Значення коефіцієнта варіації знаходиться в інтервалі від 0 до 10%.

Категорія Y – це ресурси, які характеризуються відомими тенденціями визначення потреби в них (наприклад, сезонними коливаннями) й середніми можливостями їх прогнозування. Значення коефіцієнта варіації – від 10% до 25%.

Категорія Z – споживання ресурсів нерегулярно, які-небудь тенденції відсутні, точність прогнозування невисока. Значення коефіцієнта варіації – понад 25%.

Об'єктом аналізу є послуги веб-студії «Up-Site». Параметр – сума продажів. Період проведення аналізу – квартал. Результати розрахунку послуг, які надаються веб-студією «Up-Site» за допомогою XYZ-аналізу представлені в таблиці 2.

Відсутність групи «X» показує що за цей квартал не було стабільного попиту на будь-яку з послуг. Але

досить багато послуг відносяться до групи «Y», що є добрим показником. Послуги групи «Y» характеризуються відносно стабільною динамікою споживання. Як можемо побачити, майже всі послуги з групи «A» відносяться до групи «Y». Кілька послуг з групи «C» перемістились на верхні позиції, до групи «Y». Це говорить нам про те, що деякі послуги групи «C» приносять мало прибутку, але приносять стабільно.

Перевагами використання XYZ-аналізу для веб-студій є: використання аналізу для прогнозування стабільності попиту; визначення проблемних видів послуг з нестабільними продажами.

Недоліками XYZ-аналізу для веб-студій є: потрібна стабільність показників, без струсів ринку; необхідні дані за кілька років для повноцінного аналізу; складно працювати з сезонними послугами; неможливо використовувати для послуг з коротким життєвим циклом.

З метою вдосконалення системи просування послуг веб-студій необхідно провести об'єднаний ABC-XYZ аналіз, який надасть можливість поєднати дані щодо вкладу послуг в оборот веб-студії та ста-

Таблиця 2

Результати розрахунку послуг, які надаються веб-студією «Up-Site» за допомогою XYZ-аналізу

| Послуга                                      | Ціна, грн           | Кількість замовлень за березень, грн | Кількість замовлень за квітень, грн | Кількість замовлень за травень, грн | Загальний прибуток, грн | Середнє значення | Значення підкорінного вираження | Коефіцієнт варіації % | Група |
|--|---------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------|------------------|---------------------------------|-----------------------|-------|
| Технична SEO оптимізація                     | 1500                | 9000                                 | 10500                               | 12000                               | 31500                   | 10500,00         | 1500000,00                      | 11,66                 | Y     |
| Створення сайту                              | 10000               | 30000                                | 30000                               | 40000                               | 100000                  | 33333,33         | 2222222,22                      | 14,14                 | Y     |
| Копірайтинг                                  | 50 за 1000 символів | 12550                                | 10000                               | 8500                                | 31050                   | 10350,00         | 2795000,00                      | 16,15                 | Y     |
| Контекстна реклама (налаштування)            | 2500 грн            | 12500                                | 15000                               | 20000                               | 47500                   | 15833,33         | 9722222,22                      | 19,69                 | Y     |
| Технична SEO оптимізація (технічне завдання) | 500                 | 4000                                 | 2500                                | 3000                                | 9500                    | 3166,67          | 388888,89                       | 19,69                 | Y     |
| Контекстна реклама (ведення)                 | 1250 в місяць       | 5000                                 | 7500                                | 8750                                | 21250                   | 7083,33          | 2430555,56                      | 22,01                 | Y     |
| Крауд-маркетинг                              | 40 за 1 посилання   | 8120                                 | 10240                               | 5200                                | 23560                   | 7853,33          | 4269155,56                      | 26,31                 | Z     |
| Адміністрування                              | 1500 в місяць       | 3000                                 | 1500                                | 3000                                | 7500                    | 2500,00          | 500000,00                       | 28,28                 | Z     |
| Мобільна адаптація                           | 2500                | 7500                                 | 2500                                | 7500                                | 17500                   | 5833,33          | 555555,56                       | 40,41                 | Z     |
| SMM  | 2500 в місяць       | 2500                                 | 10000                               | 10000                               | 22500                   | 7500,00          | 12500000,00                     | 47,14                 | Z     |
| Маркетингові веб-дослідження                 | 7500                | 15000                                | 7500                                | 30000                               | 52500                   | 17500,00         | 87500000,00                     | 53,45                 | Z     |
| Розробка дизайну сайтів                      | 500 за годину       | 18000                                | 9000                                | 0                                   | 27000                   | 9000,00          | 54000000,00                     | 81,65                 | Z     |
| Рестайлінг                                   | 3750                | 0                                    | 3750                                | 7500                                | 11250                   | 3750,00          | 9375000,00                      | 81,65                 | Z     |
| Консалтинг та аудит                          | 5000                | 5000                                 | 15000                               | 0                                   | 20000                   | 6666,67          | 38888888,89                     | 93,54                 | Z     |
| Розробка мобільних додатків                  | 750 за 1 час        | 30000                                | 0                                   | 0                                   | 30000                   | 10000,00         | 200000000,00                    | 141,42                | Z     |
| Онлайн-консультація                          | Безкоштовно         |                                      |                                     |                                     | 0                       | 0,00             | 0,00                            | -                     |       |
|  |                     |                                      |                                     | Всього:                             | 452610                  |                  |                                 |                       |       |

|   | А   | В   | С  |
|---|---|---|--|
| У | - Створення сайтів<br>- Технічна SEO оптимізація (технічне завдання та його виконання)<br>- Контекстна реклама (налаштування) | - Копірайтинг   | - Технічна SEO оптимізація (технічне завдання)<br>- Контекстна реклама (ведення) |
| Z | - Маркетингові веб-дослідження  | - Крауд-маркетинг<br>- Розробка дизайну<br>- Консалтинг та аудит<br>- Розробка мобільних додатків | - Адміністрування<br>- Мобільна адаптація<br>- SMM<br>- Рестайлінг               |

Рис. 1. Об'єднаний ABC-XYZ аналіз для веб-студії «Up-Site»

більність попиту на них (рис. 1.). Поєднання даних про співвідношення кількості та вартості ABC – аналізу з даними про співвідношення кількості та структури споживання XYZ – аналізу дозволяють отримати цінні інструменти планування, контролю й управління для системи управління послугами.

Послуги групи «AY» і «BY» – висока споживча вартість, середній ступінь надійності прогнозу споживання. Такі послуги забезпечують основний прибуток, тому треба постійно слідкувати за якістю цих послуг та підвищувати кваліфікацію фахівців.

Послуги групи «AZ» і «BZ» – при високому товарообігу відрізняються низькою прогнозованістю витрат. У випадку веб-студії «Up-Site» – це дорогі послуги, які замовляють не стабільно. В даному конкретному випадку не має сенсу щось змінювати, оскільки заробітна плата робітників – фіксована, а послугами, які потрапили до даної групи, займаються фахівці з відділів SEO та front-end розробки, які крім того відповідають за послуги з категорій «AY» і «BY». Це означає що веб-студія «Up-Site» не несе ніяких збитків, навіть, якщо ці послуги ніхто ні разу не замовить навіть за весь квартал. Єдине питання – до послуги «Розробка мобільних додатків», оскільки цим займається окремий відділ з окремою заробітною платою. Необхідно підвищити стабільність запитів для даної послуги, щоб цей відділ не почав приносити збитків.

До групи товарів «CZ» потрапляють послуги, які приносять невеликий прибуток та попит на які є нестабільним та важким (а інколи й не можливим) для розрахунків. Однак, не зважаючи на те, що послуга «Рестайлінг» виділена в окрему категорію, будь-який фахівець з дизайну володіє знаннями для виконання цієї роботи. Це означає, що наявність такої послуги

не принесе збитків. Витратити кошти на рекламу не має значення, тому що ця послуга взагалі не дуже затребувана, оскільки більшість сучасних сайтів підприємств (які витрачають гроші на просування в інтернеті) виконанні професіоналами, попит на рестайлінг падає. Та ж сама ситуація з мобільною адаптацією: при розробці дизайну сайту створюється адаптивний варіант, який однаково добре відображається на дисплеї монітору та смартфона. Адмініструванню та SMM потрібна більш якісна рекламна кампанія.

**Висновки з проведеного дослідження.** Проведений ABC-XYZ аналіз на прикладі веб-студії «Up-Site» дозволяє дійти висновку, що цей інструмент

надає можливість отримати цілком адекватні висновки щодо подальшого розвитку портфелю послуг компанії. ABC-XYZ аналіз є дієвим інструментом формування замовлень на веб-послуги та їх ефективного управління, з метою скорочення витрат. Запропонований адаптований варіант ABC-XYZ аналізу для веб-студій є ефективним інструментом формування стратегії управління веб-послугами в Інтернеті.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети / Л. Вебер. – М.: Изд МИФ, 2010. – 320 с.
2. Домашева Е.А., Зозульов О.В. Підходи та системи оцінювання ефективності маркетингових інтернет-комунікацій // Маркетинг і цифрові технології: зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф. 26-27 травня 2016 р., м. Одеса / Г.О. Оборський, С.В. Філіпова, М.А. Окландер; Одеськ. нац-ний пол-ний ун-т. – Одеса: ТЕС, 2016. – 214 с. – С. 60-62.
3. Окландер М.А. Специфічні відмінності цифрового маркетингу від Інтернет-маркетингу / М.А. Окландер, О.О. Романенко // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Збірник наукових праць. – 2015 (12). – С. 362-371.
4. Стелзнер М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения в эпоху Интернета / М. Стелзнер. – М.: Изд МИФ, 2010. – 288 с.
5. Хайятт М. Платформа. Как стать знаменитым в интернете. Пошаговое руководство для тех, кому есть что сказать или что продать / М. Хайятт. Пер. О. Медведь. – М.: Изд МИФ, 2012. – 304 с.
6. Холидей Р. Хакер маркетинга. Креатив и технологии. – М.: Азбука бизнес, 2014. – 128 с.
7. Чукурна Е.П., Давыдова А.В. Использование ABC-XYZ-анализа в управлении затратами грузооборота в транспортной логистике // Бюллетень науки и практики. Электрон. журн. 2017. № 2 (15). С. 42-52. Режим доступа: <http://www.bulletennauki.com/chukurna-davydova>