

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

Кафедра міжнародних економічних відносин

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавра**  
зі спеціальності 6.030503 міжнародна економіка

**Міжнародна комунікаційна діяльність підприємства (на прикладі  
підприємства ПП «Bulat Group»**

**Виконавець:**

Студенка ЦЗФН, гр. 44а

Шишко Дар'я Олександрівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

**Науковий керівник:**

к.е.н., старший викладач

Сукач Ольга Олексіївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

\_\_\_\_\_  
/підпис/

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Міжнародна комунікаційна діяльність є одним із найважливіших напрямків розвитку підприємництва. Завдяки їй забезпечується здатність розробляти і впроваджувати ефективні комунікативні стратегії на корпоративному, національному та міжнародному рівнях, використовуючи сучасні інформаційно-комунікаційні технології та інструментарій інформаційно-аналітичної роботи.

Проблема активізації та перспектив розвитку міжнародної комунікаційної діяльності є досить актуальною. Україна тільки входить у середу міжнародної комунікаційної діяльності, тому постійний аналіз та дослідження діяльності є суттєвою необхідністю.

**Мета дослідження.** Метою дослідження є вивчення теоретичних питань щодо міжнародної комунікаційної діяльності та розробка рекомендацій щодо її вдосконалення на прикладі ПП «Bulat Group».

### **Завдання дослідження:**

- визначення економічної сутності поняття «міжнародна комунікаційна діяльність»;
- аналіз факторів і умов міжнародної комунікаційної діяльності підприємства;
- визначення методики оцінки ефективності міжнародної комунікаційної діяльності підприємства;
- здійснення аналізу міжнародної комунікаційної діяльності підприємства ПП «Bulat Group».
- здійснення SWOT аналізу чинників міжнародної комунікаційної діяльності підприємства ПП «Bulat Group».
- розробка організаційних заходів удосконалення міжнародної комунікаційної діяльності підприємства ПП «Bulat Group».
- розгляд впровадження програми удосконалення міжнародної комунікаційної діяльності підприємства ПП «Bulat Group».

• розробка заходів із географічної диверсифікації діяльності для удосконалення міжнародної комунікаційної діяльності підприємства ПП «Bulat Group».

**Об'єктом дослідження** є процес міжнародної комунікаційної діяльності підприємства

**Предметом дослідження** є теоретико-методичні засади та практичні заходи удосконалення процесу міжнародної комунікаційної діяльності підприємства ПП «Bulat Group».

**Методи дослідження.** Методологічну основу дослідження становлять наукові розробки вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів. При написанні дипломної роботи були використані наступні методи дослідження: загальнонаукові методи: аналіз, порівняння, абстрагування, конкретизація, порівняльний аналіз і групування; розрахунково-аналітичний метод.

**Інформаційна база дослідження** Для написання роботи було використано такі джерела інформації як навчальні посібники, підручники, монографії, публікації у періодичних виданнях, матеріали звітності підприємств, матеріали науково-практичних конференцій, електронні ресурси.

**Публікації.** За результатами роботи опубліковано статтю "Теоретичний аналіз видів міжнародних комунікацій" Шишко Д.О.

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку літератури та додатків. Загальний обсяг роботи складає 68 сторінок. Робота включає 8 таблиць, 9 рисунків та список використаних джерел, який складає 50 найменувань.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретичні основи дослідження міжнародної комунікаційної діяльності підприємства»** розглянуто теоретичні основи поняття **«міжнародна комунікаційна діяльність»** та висвітлено особливості міжнародної комунікаційної діяльності підприємства, проведено узагальнення чинників впливу на розвиток міжнародної комунікаційної діяльності підприємства та розглянуто основні методики оцінки ефективності міжнародної комунікаційної діяльності підприємства.

У другому розділі **«Аналіз міжнародної комунікаційної діяльності підприємства ПП "Bulat Group"»** зроблений комплексний аналіз показників фінансової, географічної зовнішньоекономічної діяльності ПП "Bulat Group", зроблено SWOT-аналіз діяльності ПП "Bulat Group" для реалізації наявних можливостей і протистоянню загрозам та виявленню внутрішніх недоліків підприємства.

У третьому розділі «*Шляхи удосконалення міжнародної комунікаційної діяльності підприємства ПП "Bulat Group"*» запропоновано організаційні заходи щодо удосконалення умов проведення міжнародної комунікаційної діяльності підприємства ПП "Bulat Group".

## ВИСНОВКИ

Таким чином після проведення дослідження щодо удосконалення міжнародної комунікаційної діяльності підприємства ПП "Bulat Group", можемо зробити висновки:

- **Міжнародна комунікаційна** діяльність є одним із важливих чинників розвитку підприємства, орієнованого на зовнішньоекономічну діяльність. Також можна зазначити, що цільова спрямованість комунікації є повчальною, мотиваційною та інформаційною, що надає інформацію для прийняття управлінських рішень, організації та моніторингу їх реалізації.

- Також були зазначені основні фактори впливу на підприємства: зовнішні та внутрішні. Треба зазначити, що впливати на природу чи прояв зовнішніх факторів підприємство не в змозі, тому необхідно застосовувати превентивні заходи щодо зменшення негативного впливу даних факторів та пом'якшення їх дії. Також було запропоновано перелік розроблених показників оцінювання ефективності впровадження інструментів міжнародної комунікації на торговому підприємстві.

- Методи аналізу міжнародної комунікаційної діяльності підприємства ґрунтується на системному, комплексному вивченні, обчисленні та узагальненні впливу чинників на результати його зовнішньоекономічної діяльності завдяки обробці спеціальними способами системи джерел інформації для підвищення ефективності зовнішньоекономічних зв'язків.

- Слід зазначити, що у 2018 році 44.3% всього експорту послуг підприємства припадає на США, найменший відсоток складає Ірландія зі 7.3% усієї питомої ваги. Найвищий показник загального чистого прибутку продемонстрований в 2016 році 34435 дол США, в той час як найменший показник загального чистого прибутку дорівнював 19324 дол США в 2018 році.

- Якщо проаналізувати SWOT-аналіз підприємства "Bulat Group", то такі позитивні аспекти як: база постійних клієнтів, індивідуальний підхід та вигідна програма лояльності та великий асортимент послуг можуть підтримувати підприємство на мінімально доступному фінансовому рівні навіть коли інші фактори будуть сприяти погіршенню. Також можна додати, що налагоджена зовнішньоекономічна діяльність завжди буде виділяти статус компанії та, надаючи перевагу, виокремлювати від інших конкурентів.

- Якщо розглянути негативні сторони впливають на гальмування процесів розвитку компанії, то ігнорування досліджень ринку та впровадження маркетингових досліджень можуть негативно вплинути на подальшу конкурентоспроможності компанії "Bulat Group". Також вплив політичної обстановки в країні є однією з найслабших сторін для розвитку бізнесу з послугами для стажувань в США і вимагає негайного перегляду курсу розвитку компанії.

- Також були визначені показники ефективності впровадження комунікаційної політики, для подальшого здійснення зовнішньоторговельних операцій. Такі як: показник кадрового забезпечення впровадження інструментів міжнародної комунікації на торговому підприємстві, загальні витрати на впровадження інструментів та методів міжнародної комунікації, показник вартісної ефективності впровадження інструментів та методів інтернет-маркетингу на торговому підприємстві, ефективність зміни вартості продукції торговельного підприємства як результат інструментів міжнародної комунікації, річний економічний ефект від введення заходів міжнародної комунікації.

- Також була проаналізована інтернет-маркетингова середа для того, щоб впровадити приблизну маркетингову контент-стратегію соціальних мереж для "Bulat Group" та докладним коефіцієнтом ефективності для того, щоб збільшити обсяги продажів підприємства.

## АНОТАЦІЯ

**Шишко Дар'я Олександрівна, «Міжнародна комунікаційна діяльність підприємства (на прикладі підприємства ПП «Bulat Group»)»** випускна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 6.030503 «Міжнародна економіка», Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019.

Випускна робота складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження - міжнародна комунікаційна діяльність підприємства.

У роботі розглядаються теоретичні основи міжнародної комунікаційної діяльності підприємства: визначено поняття міжнародної комунікаційної діяльності підприємства, досліджено та узагальнено чинники, що впливають на її ефективність, наведено методи оцінювання ефективності міжнародної комунікаційної діяльності.

Проаналізовано чинники, що впливають на експортну діяльність ПП «Bulat Group» (за допомогою інструменту SWOT-аналіз), проведено аналіз

діяльності підприємства, проаналізовано показники ефективності міжнародної комунікаційної діяльності підприємства.

Запропоновано основні напрями удосконалення міжнародної комунікаційної діяльності підприємства за рахунок диференціації товарного асортимента та впровадження інтернет-маркетингової стратегії задля оптимізації показників ефективності міжнародної комунікаційної діяльності підприємства.

**Ключові слова:** міжнародна комунікаційна діяльність, міжнародні комунікації, ефективність міжнародної комунікаційної діяльності, фактори ефективності міжнародної комунікаційної діяльності.

### ANNOTATION

Daria Shyshko “**International communication activity of enterprise (for example, SP "Bulat Group")**” on the receipt of educationally qualifying level of bachelor of speciality 6.030503 "International economy" the Odessa national economic university  
Odessa, 2019

Thesis consists of three chapters. Object of study is the international communication activity of enterprise. The subject of the study is the theoretical basis and practical organizational and economic measures to increase the efficiency of international communication activity of enterprise.

Diploma thesis deals with theoretical aspects of international communication activity of enterprise, as well as practical recommendations for increasing the efficiency of such activities. The concept of export activity of the enterprise is defined, the factors influencing its efficiency, methods of estimation of international communication activity efficiency are investigated and generalized.

The SWOT-analysis of factors influencing SP "Bulat Group", analyzed the international communication activity of the enterprise, analyzes the economic analysis of the international communication efficiency of SP "Bulat Group".

The main directions of increase international communication efficiency are offered at the expense of differentiation of services and implementation of the internet-marketing strategy for the efficiency of international communication activity

**Key words:** international communication activity of the enterprise, international communication, factors of influence on international communication activity of enterprises, efficiency of international communication, factors of the efficiency.