

Завідувачу кафедри маркетингу  
та міжнародної логістики  
Литовченко Ірині Львівні  
студента ФМЕ групи 45 групи  
спеціальності 075 «Маркетинг»  
Марініч Анастасії Володимирівни

### **З А Я В А**

Прошу закріпити за мною для захисту в атестаційній комісії тему кваліфікаційної роботи бакалавра

«Комунікативна політика компанії на міжнародному ринку послуг»

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2022 р.

Підпис  \_\_\_\_\_

### **Ректорові університету**

Клопотання про закріплення теми кваліфікаційної роботи бакалавра.  
Науковим керівником кваліфікаційної роботи прошу затвердити  
д.е.н., професора

Литовченко Ірину Львівну

Завідувач кафедри маркетингу д.е.н., професор, Литовченко І.Л.

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2022 р.

Підпис \_\_\_\_\_

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

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри

д.е.н., професор, Литовченко І.Л.

\_\_\_\_\_ (підпис)

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2022 р.

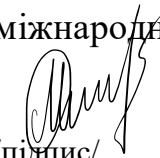
**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
на здобуття освітнього ступеня бакалавр  
зі спеціальності 075 «Маркетинг»  
за освітньою програмою «Маркетинг»**

на тему: «Комунікативна політика компанії на міжнародному ринку послуг»

**Виконавець:**

студент 45 групи факультету міжнародної економіки

Марініч Анастасія Володимирівна

  
/підпис/

**Науковий керівник:**

д.е.н., професор

Литовченко Ірина Львівна

/підпис/

**Одеса 2022**

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

Факультет міжнародної економіки  
Кафедра маркетингу та міжнародної логістики  
Освітній ступінь - бакалавр  
Спеціальність - 075 Маркетинг  
Освітня програма - Маркетинг

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Завідувач кафедри\_  
д.е.н., професор, Литовченко І.Л.

(підпис)  
“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2022 р.

**З А В Д А Н Н Я**  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА  
МАРІНЧ АНАСТАСІЯ ВОЛОДИМИРІВНА

**1. Тема роботи:** «Комунікативна політика компанії на міжнародному ринку послуг»

Науковий керівник роботи д.е.н., професор, Литовченко І.Л.  
затверджені наказом по університету від "26" січня 2022 р. №11  
Термін здачі студентом закінченої роботи 27 травня 2022 р.

**2. Вихідні дані до роботи** наукова та навчально-методична література з маркетингу; статистичні дані; галузева періодика; внутрішня звітність підприємства; закони України; дані, отримані методом експертних оцінок.

**3. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які належить розробити)**

Розділ 1. «Комплекс маркетингових комунікацій та його роль в комплексі маркетингу підприємства»

Розділ 2. «Аналіз маркетингової комунікаційної діяльності підприємства ТОВ «МІЧІКО»

Розділ 3. Удосконалення організації та планування комунікаційної діяльності підприємства ТОВ «МІЧІКО»

**4. Перелік графічного матеріалу**

таб. Інструменти комунікацій відповідно до типу підприємства в галузі будівельних матеріалів,

рис. Матриця БКГ для ТОВ «МІЧІКО»,

рис. Організаційна структура підприємства ТОВ «МІЧІКО»,

таб. Значення показників ефективності маркетингу для підприємства ТОВ «МІЧІКО»,

таб. Підсумкові результати PEST-аналізу для ТОВ «МІЧІКО»,

таб. Рейтинг споживачів на ринку B2B,

таб. Матриця SWOT-аналізу,

таб. Порівняльна характеристика виробників,  
таб. Аналіз конкурентоспроможності,  
рис. Етапи розробки комунікаційної програми,  
таб. Розрахунок економічної ефективності запропонованої стратегії для  
підприємства ТОВ «МІЧКО»

**5. Дата видачі завдання:** 01.02.2022 р.

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів кваліфікаційної роботи	Примітка
1	Затвердження плану кваліфікаційної роботи	<b>04.02.2022 р.</b>	
2	Складання бібліографії	<b>10.02.2022 р.</b>	
3	Подання науковому керівнику: Розділ 1	<b>01.03.2022 р.</b>	
	Розділ 2	<b>01.04.2022 р.</b>	
	Розділ 3	<b>13.05.2022 р.</b>	
4	Здача закінченої кваліфікаційної роботи на кафедрі	<b>27.05.2022 р.</b>	
5	Захист кваліфікаційної роботи на кафедрі (малий захист)	<b>2-3.06.2022 р.</b>	

**Студент**

  
\_\_\_\_\_  
(підпис)

**Марініч А.В.**

**Науковий керівник**

\_\_\_\_\_  
(підпис)

**Литовченко І.Л.**

**Рішення комісії кафедри про попередній (малий) захист  
кваліфікаційної роботи бакалавра**

від „02” червня 2022 р.

1. Литовченко І.Л., д.е.н., проф. \_\_\_\_\_

2. Сотніков Ю.М., к.е.н., доц. \_\_\_\_\_

3. Рулінська О.В., к.е.н., доц. \_\_\_\_\_

**Віза завідувача кафедри :**

д.е.н., проф. Литовченко І.Л.

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

(підпис)

„02” червня 2022 р.

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

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**  
**зі спеціальності 075 «Маркетинг»**  
**за освітньою програмою «Маркетинг»**

на тему: «Комунікаційна політика підприємства на ринку будівельних матеріалів ТОВ «МІЧКО»»

**Виконавець:**

студент 45 групи факультету  
міжнародної економіки  
Марініч Анастасія Володимирівна



**Науковий керівник:**

к.е.н., доцент  
Литовченко Ірина Львівна \_\_\_\_\_

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми** полягає у тому, що сучасна практика діяльності підприємств показує, що маркетингові комунікації сприймаються, за звичай, як допоміжна діяльність, а не повноцінна, що ускладнює їх інтеграцію в систему управління підприємством, і, як наслідок, призводить до неефективного менеджменту.

**Мета дослідження** - удосконалення теоретичних основ, розробка науково-методичних підходів і практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності діяльності підприємств на основі організації маркетингової комунікаційної діяльності.

### **Завдання дослідження:**

- описати поняття маркетингових комунікацій та їх ролі на підприємстві на ринку будівельних матеріалів ;
- дослідити маркетингові комунікації на підприємстві ТОВ «МІЧІКО»;
- проаналізувати ефективність застосування маркетингових комунікацій на підприємстві ТОВ «МІЧІКО»;
- запропонувати нові стратегії маркетингових комунікацій для ТОВ «МІЧІКО»;
- обґрунтувати необхідність та доцільність використання запропонованої стратегії ТОВ «МІЧІКО»

**Об'єкт дослідження** – маркетингова діяльність ТОВ «МІЧІКО» на ринку будівельних матеріалів.

**Предмет дослідження** – комунікаційна політика підприємства на ринку будівельних матеріалів ТОВ «МІЧІКО».

**Методи дослідження** Теоретичним підґрунтям дослідження є базові принципи, наукові положення і сучасні розробки теорій комунікацій, інформації, управління, прийняття рішень і маркетингу.

**Інформаційна база дослідження** офіційні статистичні дані, економічна література, періодичні видання, матеріали та фінансова звітність, ТОВ «МІЧІКО».

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (68 найменувань) та 6-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 93 сторінок. Основний зміст викладено на 78 сторінках. Робота містить 11 таблиць, 11 рисунків.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Комплекс маркетингових комунікацій та його роль в комплексі маркетингу підприємства»* розглянуто сутність стратегічного розвитку підприємства, види стратегічного розвитку, фактори, які обумовлюють вибір відповідної стратегії розвитку підприємства.

У другому розділі *«Аналіз маркетингової комунікаційної діяльності підприємства ТОВ «МІЧІКО»* проаналізовано організаційну структуру підприємства, товарний асортимент, конкурентоспроможність ТОВ «МІЧІКО»,

проведено SWOT- та PEST-аналізи, вивчено наявні інструменти маркетингових комунікацій.

У третьому розділі «Удосконалення організації та планування комунікаційної діяльності підприємства ТОВ «МІЧКО»» запропоновано впровадження нової маркетингової стратегії, яка призведе до збільшення обсягів реалізації товарів ТОВ «МІЧКО» на 15%.

## **ВИСНОВКИ**

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Комунікація є складною багаторівневою категорією, а її аналіз вимагає теоретичного обґрунтування різних дисциплін.
2. Використання елементів комплексу маркетингових комунікацій інтегровано, розробка стратегій та програм маркетингових комунікацій дасть змогу будівельним підприємствам підвищити рівень ефективності управління комунікаційною політикою та загальний рівень ефективності
3. Ключовими факторами успіху в комунікаційній політиці підприємств можна вважати використання інтегрованої системи маркетингових комунікацій, тобто одночасно різних каналів комунікацій, що створить можливості підвищення ефективності комунікативної політики будівельного підприємства.
4. Підприємство ТОВ «МІЧКО» успішно функціонує та має непоганий фінансовий результат від своєї діяльності. Обсяг реалізації з кожним роком збільшується в середньому на 12% кожного року
5. Аналіз асортименту товару ТОВ «МІЧКО» свідчить про широку глибину: 510 одиниці.
6. PEST-аналіз реалізації товару за 2021 рік показав, що тенденції розвитку макромаркетингового середовища для реалізації плит та плиток та пресів ТОВ «МІЧКО» в Україні в 2021 році були позитивними. Можна передбачити, що обсяг продажів двох видів товарів аналізованого підприємства підвищиться, насамперед завдяки економічним процесам в Україні.
7. Для аналізованого підприємства існують можливості виходу на міжнародний ринок, збільшення продажу завдяки збільшенню будівництва в Україні, а також завдяки налагодженню зв'язків з крупними будівельними підприємствами.
8. При визначенні основних маркетингових комунікацій, які використовує аналізоване підприємство ТОВ «МІЧКО» були визначені наступні інструменти: PR, стимулювання збуту, спонсорство.
9. Проведений аналіз дозволив виділити три основні фактори: ціна і якість продукції, репутація підприємства. Отже маркетингові комунікації повинні бути

направлені на покращення репутації підприємства та у зверненні нести інформацію щодо конкурентних переваг продукції – ціни та якості.

10. На підставі проведеного аналізу і поставлених цілей для ТОВ «МІЧКО» доцільно обрати стратегію інтегрованого зростання шляхом збільшення виробництва продукції та модифікації існуючих моделей.

### **АНОТАЦІЯ**

**Марініч А.В. «Комунікаційна політика компанії на міжнародному ринку послуг.**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «075 Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг».

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2022.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти маркетингових комунікацій та особливості їх використання на підприємстві на ринку будівельних матеріалів.

Проаналізовано стан маркетингових комунікацій на підприємстві ТОВ «МІЧКО».

Запропоновано нову маркетингову стратегію, яка дозволить досягти поставленої цілі – збільшення об'єму реалізації продукції підприємства ТОВ «МІЧКО».

**Ключові слова:** маркетингові комунікації, маркетинг ринку будівельних матеріалів, комунікаційна політика, комунікаційна політика підприємства.

### **ANNOTATION**

**Marinich A.V. “The company’s communication policy in the international service market”**

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty «075 Marketing» for the educational program «Marketing»

Odessa National Economics University. – Odessa, 2022.

The work deals with the theoretical aspects of the communication policy and its particular qualities for the companies on the market of construction materials.

Author analysis the state of the marketing communications and suggest the new marketing strategy that will allow the LLC “NARTEKS” to achieve its main target to increase in sales volume of the enterprise products.

**Keywords:** marketing communications, marketing on the market of construction materials, communication policy, company’s communication policy.