

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра міжнародних економічних відносин

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини
за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини»

**НА ТЕМУ: «УДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ ГАЛУЗІ МІЖНАРОДНОГО ІНЖИНІРИНГУ (НА
ПРИКЛАДІ ТОВ «ЄЙ-ПІ ІНЖЕНІРИНГ»»**

Виконавець:

студентка 44 гр. ФМЕ

Терземан Марія Євгенівна _____
/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н, доцент

Уханова Інна Олегівна _____

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність кваліфікаційної роботи. На сучасних ринках, як міжнародному, так і внутрішніх існує велика кількість пропозицій, що формує високий рівень конкуренції серед учасників ринків. Виходячи на міжнародні ринки, нові учасники намагаються виокремитись серед усіх існуючих конкурентів та розробити таку пропозицію, яка буде приваблювати більшу кількість споживачів. Міжнародна маркетингова діяльність спрямована саме на те, щоб влучно виокремити найкращі переваги послуги чи товару та привернути увагу покупців. За допомогою інструментів міжнародної маркетингової діяльності провідним великим компаніям вдається утримувати серед споживачів більшу частку міжнародного ринку. Але для нових учасників, які тільки намагаються вийти на світовий ринок, стають проблеми у тому, як правильно створювати ефективні маркетингові кампанії, розраховувати бюджет на міжнародну маркетингову діяльність, вимірювати успіх діяльності маркетингу.

Визначальним чинником в успішному виході на міжнародний ринок – це правильно обрати країну за допомогою аналізу та необхідних розрахунків. Для відносно нових галузей, як міжнародний інжиніринг, ця тема є найбільш актуальною, оскільки ця галузь нова, отже необхідність наявності ефективної стратегії та детальних аналізів є необхідними для опанування певного ринку. Актуальність теми підкреслюється тим, що українські компанії високо цінуються закордоном. Саме це надає перспективи для виходу на світовий ринок та просування на ньому інжинірингових послуг та товарів.

Поняття міжнародної маркетингової діяльності було досліджено у роботах багатьох вітчизняних вчених: Ю.Г.Козака, Т.М. Циганкової, А.М. Кандиби, П.А. Черномаз, Г.М. Дроздової. Але із розвитком технологій та впровадження інновацій, стала доступною велика кількість нових інструментів та підходів для просування послуг та товарів на міжнародних ринках.

Мета і завдання кваліфікаційної роботи. Метою дослідження є на основі аналізу міжнародної маркетингової діяльності компанії галузі міжнародного інжинірингу ТОВ «Сй-Пі Інженіринг» розробити рекомендацій щодо її удосконалення.

Для досягнення поставленої мети були визначені наступні **завдання**:

- визначити теоретичні основи міжнародної маркетингової діяльності;
- узагальнити чинники, що впливають на міжнародну маркетингову діяльність компанії;
- узагальнити методи аналізу міжнародної маркетингової діяльності;
- провести аналіз міжнародної маркетингової діяльності «Сй-Пі Інженіринг»;
- здійснити SWOT та PEST-аналіз чинників міжнародної маркетингової діяльності ТОВ «Сй-Пі Інженіринг»;
- розробити заходи з удосконалення міжнародної маркетингової діяльності ТОВ «Сй-Пі Інженіринг»;

- запропонувати рекламні заходи з удосконалення міжнародної маркетингової діяльності ТОВ «Єй-Пі Інженірінг».

Об'єктом дослідження є міжнародна маркетингова діяльність компанії галузі міжнародного інжинірінгу ТОВ «Єй-Пі Інженірінг» та процес її удосконалення.

Предметом дослідження є теоретичні основи та практичні рішення щодо удосконалення міжнародної маркетингової діяльності компанії галузі міжнародного інжинірінгу ТОВ «Єй-Пі Інженірінг».

Методи дослідження. Методологічною основою кваліфікаційної роботи є теоретичні положення економічної науки та праці вчених-економістів в галузі міжнародної маркетингової діяльності. При написанні роботи використано загальнонаукові та спеціальні методи: узагальнення та синтезу, порівняльного, статистичного та економічного аналізу, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, факторну прогнозну модель доходів підприємства від експорту продукції. Робота здійснена з використанням офісного пакету MS Office - Microsoft Excel.

Інформаційна база дослідження. Для написання роботи проаналізовано монографічна та наукова література, Інтернет-джерела, внутрішня звітність ТОВ «Єй-Пі Інженірінг».

Практичне значення результатів кваліфікаційної роботи полягає у наданні рекомендацій ТОВ «Єй-Пі Інженірінг» щодо удосконалення міжнародної маркетингової діяльності.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (35 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 88 сторінок. Основний зміст викладено на 74 сторінках. Робота містить 22 таблиці, 17 рисунків.

Публікації та апробація результатів дослідження. За результатами виконання кваліфікаційної роботи опубліковано статті: Terzeman M. «FACTORS THAT INFLUENCE THE INTERNATIONAL MARKETING ACTIVITIES OF ENGINEERING COMPANIES» // Збірник наукових робіт за підсумками студентської дистанційної науково-практичної конференції «Минуле, Сучасне, Майбутнє», Випуск 12. Одеса: ОНУ, 2022. – 301 с.; Terzeman M. «PERSPECTIVES OF ENGINEERING SPHERE DEVELOPMENT IN UKRAINE» (у друці).

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ В ГАЛУЗІ МІЖНАРОДНОГО ІНЖИНІРИНГУ»** досліджено поняття та особливості міжнародної маркетингової діяльності в галузі міжнародного інжинірингу, визначено чинники впливу на міжнародну маркетингову діяльність інжинірингової компанії, розглянуто методи аналізу міжнародної маркетингової діяльності компанії.

У другому розділі **«АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ ГАЛУЗІ МІЖНАРОДНОГО ІНЖИНІРИНГУ ТОВ «ЄЙ-ПІ ІНЖЕНІРИНГ»»** надано організаційно-економічну характеристику ТОВ «Єй-Пі Інженіринг» як суб'єкту міжнародної маркетингової діяльності на ринку інжинірингових послуг, проведено аналіз стану та показників міжнародної маркетингової діяльності ТОВ «Єй-Пі Інженіринг», здійснено аналіз чинників впливу на міжнародну маркетингову діяльність ТОВ «Єй-Пі Інженіринг».

У третьому розділі **«ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ В ГАЛУЗІ МІЖНАРОДНОГО ІНЖИНІРИНГУ ТОВ «ЄЙ-ПІ ІНЖЕНІРИНГ»»** запропоновано організаційно-економічні заходи з удосконалення міжнародної маркетингової діяльності ТОВ «Єй-Пі Інженіринг», а також розроблено рекламні заходи ТОВ «Єй-Пі Інженіринг» як заходу з удосконалення міжнародної маркетингової діяльності. Зокрема, за рахунок створення мультимовного сайту й використання можливостей Інтернет для просування ТОВ «Єй-Пі Інженіринг» на міжнародному ринку.

ВИСНОВКИ

Таким чином, після проведення в кваліфікаційній роботі бакалавра дослідження можна зробити наступні висновки.

Визначивши теоретичні основи міжнародної маркетингової діяльності, можна зазначити, що це інструмент, який застосовується компаніями для виходу на іноземні ринки. Завдяки ньому компанії заробляють іноземну валюту, яку привозять до держави, відбувається просування нових та якісних продуктів, що призводить до підвищення рівня життя в країні.

Основною метою міжнародної маркетингової діяльності є аналіз попиту та поведінки споживачів стосовно певного продукту чи послуги. Такі дослідження допомагають компаніям зробити продажі більш ефективними. Не менш важливим завданням є також позитивне позиціонування компанії на ринку, що дозволяє виокремитись серед конкурентів та пригорнути увагу більшої кількості споживачів.

Для успіху компанії серед конкурентів на міжнародному ринку виділяють такі фактори: стратегія, управління проектами, організація системи управління, ресурси.

Інжиніринг є новим напрямом, отже, це дає можливість для розвитку шляхів просування товарів та послуг цієї галузі на міжнародні ринки. Взагалі виділяють три основних види інжинірингу: консультаційний, будівельний, технологічний.

Реалізація міжнародної маркетингової діяльності у сфері міжнародного інжинірингу має певні особливості. По-перше, це здебільшого реалізація у формі послуг, а не товарів. По-друге, ринок міжнародного інжинірингу спрямований на проміжне та заключне споживання послуг.

Для компаній у галузі міжнародного інжинірингу маркетингова діяльність складається з наступних етапів: аналіз сильних сторін існуючих конкурентів, корекція продуктової лінійки, становлення та просування бренду на міжнародному ринку, активна участь компанії у різних заходах, встановлення сприятливих цін на товари.

Узагальнивши чинники, що впливають на міжнародну маркетингову діяльність, можемо визначити наступні: прискорення науково-технічного процесу, зростання обсягу державних та приватних інвестицій, наявність вільного капіталу на ринку інжинірингових послуг, високий попит на інжинірингові послуги з боку країн, що вступили на шлях самостійного економічного розвитку, прагнення транснаціональних компаній до зовнішнього розширення.

Для інжинірингових компаній важливим є обсяг інвестицій, оскільки це дозволяє розширити будівництво, що буде залучати інжинірингові послуги. Не менш важливим є науково-технічний прогрес, який збільшує попит на послуги інжинірингу.

Узагальнивши методи аналізу міжнародної маркетингової діяльності, можна зазначити, що важливими показниками є рівень продажів, якість роботи з клієнтами, якість рекламних кампаній та ефективність витрат на маркетинг. Для складання ефективної маркетингової стратегії важливим є оцінка стану компанії, для якої застосовуються SWOT та PEST аналізи.

ТОВ «Єй-Пі Інженірінг» є однією з провідних компаній в Україні у галузі інжинірингу. Головна мета компанії – це надання високоякісних послуг для довгострокової співпраці.

Проведена оцінка міжнародної маркетингової діяльності ТОВ «Єй-Пі Інженірінг». Підприємство здійснює реалізацію своїх послуг та товарів на двох ринках: національному та зарубіжному. Зарубіжний ринок в свою чергу поділяється на пострадянські країни та країни Європи.

Уся маркетингова діяльність, яка здійснюється на ТОВ «Єй-Пі Інженірінг» оснований на маркетингових дослідженнях. Просування продукції та послуг в основному відбувається непрямим шляхом.

Слід зазначити, що витрати на міжнародний маркетинг достатньо низькі, але вони повільно починають зростати. Але оскільки була виявлена низка чинників, що впливають на ведення бізнесу компанії, серед яких відсутність чіткої маркетингової стратегії, ефективність міжнародної маркетингової діяльності поступово знижується.

Здійснивши SWOT та PEST аналізи чинників міжнародної маркетингової діяльності ТОВ «Єй-Пі Інженірінг» можемо визначити внутрішні чинники та аспекти зовнішнього середовища, що впливають на бізнес компанії. Згідно з SWOT-аналізом, виділимо найважливіші сильні та слабкі сторони підприємства. До сильних відноситься високий рівень управління, постійний аналіз ринку та конкурентів, наявність прямих договорів на постачання продукції з виробниками,

високий рівень кваліфікації та підготовки персоналу. Слабкі сторони – це відсутність чіткої міжнародної маркетингової стратегії, залежність від закордонних постачальників, відсутність власних магазинів за кордоном, залежність від коливань вартості валюти.

За результатами PEST-аналізу можемо зробити висновок, що до зовнішніх чинників, які суттєво впливають на бізнес ТОВ «Єй-Пі Інженірінг», відносяться політичні, економічні, природні, географічні та соціальні.

Для удосконалення міжнародної маркетингової діяльності були розроблені певні пропозиції та рекламні заходи. По-перше, компанії було запропоновано покращити роботу та ефективність відділу міжнародної маркетингової діяльності, змінити структуру маркетингового відділу на продуктову організаційну.

Значним впливом на покращення міжнародної маркетингової діяльності компанії буде коректне формування бюджету для розробки та впровадження міжнародної маркетингової стратегії. За рахунок збільшення цих витрат буде покращено підхід до планування та розробки маркетингових заходів.

За результатами аналізу для ТОВ «Єй-Пі Інженірінг» буде доцільним обрати ринок Казахстану для подальшого просування продукції та послуг. Для просування одним з найефективніших інструментів було визначено просування в мережі Інтернет. По-перше, – це створення власного сайту компанії з перекладом на різні мови. По-друге, для просування в мережі Інтернет потрібно використати інструменти інтернет-маркетингу. Головним інструментом є контекстна реклама, що дозволить розмістити рекламні банери на сайдбарах, використання інструменту Google Ad Words.

Наступним рекламним заходом для просування ТОВ «Єй-Пі Інженірінг» на ринок Казахстану є YouTube. Високоякісні відео з продукцією та послугами або інтерв'ю з клієнтами привернуть увагу нових споживачів.

Не менш важливими було визначено такі рекламні заходи, як ведення блогу, активність у тематичних блогах, розсилання інформації о компанії по електронній пошті, використання соціальних мереж, проведення опитувань в Інтернеті.

Ще одним рекламним заходом було визначено розміщення реклами у місцевих спеціалізованих журналах та газетах Казахстану. Через специфіку галузі міжнародного інжинірінгу, цей вид реклами буде достатньо ефективним серед населення.

Здійснивши прогнозування експорту обсягів продукції та послуг у сфері інжинірінгу до Казахстану, можна зробити висновок, що 2022 рік є переломним для ТОВ «Єй-Пі Інженірінг». Просування на ринок Казахстану у 2023 році лише створить базис для подальшої успішної діяльності компанії.

АНОТАЦІЯ

Терземан М.Є., Удосконалення міжнародної маркетингової діяльності компанії галузі міжнародного інжинірингу (на прикладі ТОВ «ЄЙ-ПІ ІНЖЕНІРІНГ»).

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» за освітньою програмою «Міжнародна економіка». - Одеський національний економічний університет. - Одеса, 2022 р.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження є міжнародна маркетингова діяльність компанії галузі міжнародного інжинірингу ТОВ «ЄЙ-ПІ ІНЖЕНІРІНГ» та процес її удосконалення.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти здійснення міжнародної маркетингової діяльності компанії міжнародного інжинірингу, визначаються чинники впливу на міжнародну маркетингову діяльність інжинірингової компанії та методи її аналізу.

Надано організаційно-економічну характеристику ТОВ «ЄЙ-ПІ ІНЖЕНІРІНГ» як суб'єкту міжнародної маркетингової діяльності на ринку інжинірингових послуг, здійснено аналіз впливу чинників, що сприяють та заважають здійсненню міжнародного маркетингу компанії. Проведено аналіз стану та показників міжнародної маркетингової діяльності ТОВ «ЄЙ-ПІ ІНЖЕНІРІНГ».

Запропоновано напрями удосконалення міжнародної маркетингової діяльності ТОВ «ЄЙ-ПІ ІНЖЕНІРІНГ», зокрема шляхом розробки та реалізація рекламних заходів та заходів організаційно-економічного характеру.

Ключові слова: міжнародна маркетингова діяльність, чинники міжнародної маркетингової діяльності, міжнародний інжиніринг, реклама на зовнішніх ринках, показники міжнародної маркетингової діяльності.

ANNOTATION

Terzeman M.Y., « Improvement of international marketing activities of the company in the field of international engineering (on the example of «AP ENGINEERING»).

Qualification work for a bachelor's degree in specialty 292 "International Economic Relations" in the educational program "International Economics". - Odessa National Economic University. - Odesa, 2022

The bachelor's thesis consists of three sections. The object of research is the international marketing activities of the company in the field of international engineering LLC «AP Engineering» and the process of its improvement.

The paper considers the theoretical aspects of the international marketing activities of an international engineering company, determines the factors influencing the international marketing activities of an engineering company and methods of its analysis.

The organizational-economic characteristic of LLC «AP Engineering» as a subject of international marketing activities in the market of engineering services is provided, the analysis of the influence of factors that contribute and hinder the international marketing of the company. The analysis of the state and indicators of the international marketing activity of LLC «AP Engineering» was carried out.

The directions of improvement of the international marketing activity of LLC «AP Engineering» are offered, in particular by development and realization of advertising actions and actions of organizational and economic character.

Keywords: international marketing activities, factors of international marketing activities, international engineering, advertising in foreign markets, indicators of international marketing activities.