

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ НЕПРИБУТКОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-20

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Капуста Ірина Олегівна

ПІБ

Керівник: Мішустіна Т.С., к.е.н., доцент.
прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро
2024

АНОТАЦІЯ

Капуста І.О. Удосконалення маркетингової комунікаційної політики неприбуткових організацій.

У кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто теоретико-методичні основи організації та контролю маркетингової комунікаційної політики неприбуткових організацій. Проведено маркетинговий аналіз і аудит комунікаційної діяльності ГО "Дуїт", а також розроблено рекомендації щодо вдосконалення маркетингової комунікаційної політики організації. З урахуванням специфіки діяльності ГО "Дуїт" та умов конкурентного середовища, запропоновано впровадження чітких та послідовних стратегій, рекомендовано до використання різноманітні канали комунікації, створення якісний контенту для залучення цільової аудиторії, а також застосування інструментів аналітики для відстеження результатів комунікаційної діяльності, що сприятиме підвищенню впізнаваності організації, залученню уваги стейкхолдерів та здобуттю ресурсів для реалізації проектів організації.

Ключові слова: маркетингова комунікаційна політика, неприбуткові (некомерційні) організації, маркетинговий аналіз, комунікаційна стратегія, цільова аудиторія, контент, стейкхолдери, SWOT-аналіз, цифрові технології, громадська організація "Дуїт".

SUMMARY

Kapusta I.O. Improvement of Marketing Communication Policy of Non-Profit Organizations.

The bachelor's thesis examines the theoretical and methodological foundations of the organization and control of the marketing communication policy of non-profit organizations. A marketing analysis and audit of the communication activities of the NGO "Duit" were conducted, and recommendations were developed to improve the organization's marketing communication policy. Considering the specific activities of NGO "Duit" and the conditions of the competitive environment, the implementation of clear and consistent strategies is proposed. It is recommended to use various communication channels, create high-quality content to engage the target audience, and apply analytical tools to monitor the results of communication activities. This will contribute to increasing the organization's visibility, attracting stakeholder attention, and obtaining resources for project implementation.

Keywords: marketing communication policy, non-profit organizations, marketing analysis, communication strategy, target audience, content, stakeholders, SWOT analysis, digital technologies, NGO "Duit".

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ	9
1.1. Поняття маркетингової комунікаційної політики неприбуткових організацій	9
1.2. Роль та значення маркетингових комунікацій для неприбуткових організацій	15
1.3. Основні складові та інструменти маркетингової комунікаційної політики	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ "ДУЇТ"	27
2.1. Характеристика основних напрямків діяльності "Дуїт"	27
2.2. Аналіз маркетингової діяльності організації "Дуїт"	34
2.3. Дослідження ринку та оцінка ринкових можливостей некомерційних організацій	41
2.4. Сегментування ринку НКО та позиціонування послуг організації	49
2.5. SWOT-аналіз громадської організації "Дуїт"	59
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ГО "ДУЇТ"	61
3.1. Розробка стратегій та технік заходів для підвищення ефективності комунікацій	61
3.2. Бюджет та очікуваний ефект від запропонованих заходів	64
3.3. Економічне обґрунтування пропозицій	67
ВИСНОВКИ	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	71
ДОДАТКИ	77
Додаток А	77

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Букліб. *Сутність маркетингової політики комунікацій*. URL:
<https://buklib.net/books/37084/>
2. Силабус навчальної дисципліни: *Соціальний маркетинг*. Вінниця 2020
URL: <https://vspu.edu.ua/content/img/education/prog/sila1/s30.pdf>
3. Anheier, H. K. *Nonprofit organizations: theory, management, policy* / H. K. Anheier. – [Б. м.] : Taylor and Francis e–Library, 2005. – 450 с.
4. Лопатина Н.В. *Соціологія маркетинга: Учеб. пособие*. — М., 2007.
5. Українська правда. *Фандрейзинг: що це та чому фінансові пожертви важливі для розвитку організацій*. URL:
<https://life.pravda.com.ua/columns/2021/06/26/245274/>
6. Маркетинг. Стимулювання продажу. URL: <http://surl.li/ubqlr>
7. Діброва Т.Г. канд. економ. наук, доцент, Гараніна І.І. Національний технічний університет України «КПІ». *КОМУНІКАЦІЙНА СУТНІСТЬ СПОНСОРСЬКОГО МАРКЕТИНГУ*. URL:
<https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/ac6166ee-0ea3-4368-abc2-81ebfe1409f0/content>
8. Вікіпедія. *Дослідження ринку*. URL: <http://surl.li/ubqmu>
9. ПОДАТКОВИЙ КОДЕКС УКРАЇНИ. (*Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, № 13-14, № 15-16, № 17, ст.112*) URL:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>
10. Eikenberry, A.M. *The Marketization of the Non–profit Sector: Civil Society at Risk?* / A. M. Eikenberry, J. D. Kluver // *Public Administration Review*. – Т. 64, №. 2. – 2004. – С. 132 – 140.
11. Nickel, P.M. *A critique of the discourse of marketized philanthropy* / P.M. Nickel, A.M. Eikenberry // *American Behavioral Scientist*. – 2009. – № 52. – С. 974 – 989.
12. Котлер, Ф. *Стратегический маркетинг некоммерческих организаций* / Ф. Котлер, А. Андреасен. – Ростов н/Д: Феникс, 2007. – 854 с.

13. Андреев, С. Н. *Основы некоммерческого маркетинга* / С. Н. Андреев, Л. Н. Мельниченко. – М.: ПрогрессТрадиция, 2000. – 256 с.
14. Котлер, Ф. *Стратегический маркетинг некоммерческих организаций* / Ф. Котлер, А. Андреасен. – Ростов н/Д : Феникс, 2007. – 854, с. : ил. – (Бизнес–классика).
15. Dolnicar, S. *Marketing in non-profit organizations: an international perspective* / S. Dolnicar, K. Lazarevski // *International Marketing Review*. – 2009. – № 26 (3). – С. 275 – 291.
16. Kotler, P. *Broadening the Concept of Marketing* / Kotler P., Levy S. // *Journal of Marketing*. – 1969. – Т. 38. – С. 10 – 15.
17. Kotler, P. *Social Marketing: An Approach to Planned Social Change* / P. Kotler, G. Zaltman // *Journal of Marketing*. – 1971. – № 35. – С. 3–12
18. Kotler, P. *Strategies for Introducing Marketing into Nonprofit Organizations* / P. Kotler // *Journal of Marketing*. – 1979. – № 43 (1). – С. 37– 44.
19. Kotler, P. *Principles of marketing* / P. Kotler, G. Armstrong. — New Jersey : Prentice Hall, 2012. — 740 с.
20. Schiff, J. *Competition between For-Profit and Nonprofit Organizations in Commercial Markets* / Schiff J., Weisbrod B. // *Annals of Public and Cooperative Economics*. – 1991.– Т. 62, Вып. 4. – С. 619–640.
21. Шекова, Е.Л. *Экономика и менеджмент некоммерческих организаций* : [Учебник] / Е. Л. Шекова. – СПб. : Издательство «Лань», 2004. – 192 с.
22. Смірнова, Є.П. *Управління маркетингом некомерційних суб'єктів* : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Є.П. Смірнова. – Донецьк, 2006. — 19 с.
23. Upshift. *Інноваційна програма для підлітків та молоді, що допомагає перетворити ідеї на дієві проєкти*. URL: <https://upshiftukraine.org/>
24. UNICEF для кожної дитини. Про ЮНІСЕФ. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/about-unicef>

25. Youth Worker. Історія програми. URL:
<https://youth-worker.org.ua/istoriya-programy/>
26. Закон України. *Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2998-12#Text>
27. Соціальна мережа Instagram. *Duit_ngo*. URL:
https://www.instagram.com/duit_ngo/
28. Соціальна мережа Facebook. *NGO.Do.it* URL:
<https://www.facebook.com/NGO.Do.it/>
29. Соціальна мережа Telegram. *duitngo*. URL: <https://t.me/s/duitngo>
30. Соціальна мережа Tik Tok. *duit_ngo*. URL: [duit_ngo](https://www.tiktok.com/@duit_ngo)
31. IDmarketing. Словник маркетингу. Концепція інтегрованих маркетингових комунікацій, що це? URL:
<https://idmarketing.com.ua/slovnyk-marketynghu/integrovanuj-marketyngh/>
32. UNICEF. For every child. URL: <https://www.unicef.org/>
33. EXECUTIONS SOAR TO HIGHEST NUMBER IN ALMOST A DECADE.
URL: <https://www.amnesty.org/en/>
34. Who we are. *Our mission is to conserve nature and reduce the most pressing threats to the diversity of life on Earth*. URL: <https://www.worldwildlife.org/>
35. DEVISU. *Застосування методики SMART для досягнення цілей*. URL:
<https://devisu.ua/uk/stattia/zastosuvannya-metodiki-smart-dlya-dosyagnennya-cil-ey->
36. DropBox. *Що таке SMART-цілі?* URL:
<https://experience.dropbox.com/uk-ua/resources/smart-goals>
37. Громадська організація “Дуїт”. *Річний звіт*. URL: <http://surl.li/ubquo>
38. Wymer, W.Jr. *Dimensions of Business and Nonprofit Collaborative Relationships* / W.W. Jr. Wymer, S. Samu // *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*. – 2003. – Т. 11, № 1. – С. 3–22.
39. StudFile. *Різниця між комерційним і некомерційним маркетингом*. URL:
<https://studfile.net/preview/5171462/>

40. Kotler, P. *Strategies for Introducing Marketing into Nonprofit Organizations* / P. Kotler // *Journal of Marketing*. – 1979. – № 43 (1). – С. 37– 44.
41. Опендатбот. *Різниця між комерційним і некомерційним маркетингом*. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2023/12/11/707535/>
42. МАРКЕТИНГОВА КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1736/1672>
43. Kotler, P. *Principles of marketing* / P. Kotler, G. Armstrong. — New Jersey : Prentice Hall, 2012. — 740 с.
44. Орлова К. Є., к.е.н., доцент кафедри економіки та підприємництва. *МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ БІЗНЕСОМ*. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/12/205.pdf>
45. StudLancer. *Стратегія товароруку*. URL: https://stud.com.ua/48470/marketing/strategiya_tovaroruhu
46. Вікіпедія. *Теорія постановки цілей*. URL: <http://surl.li/ubqwj>
47. Finance.UA. *Відновлення українського ринку: які бізнеси і некомерційні організації з'являються (інфографіка)*. URL: <https://news.finance.ua/ua/vidnovlennya-ukrains-koho-rynku-yaki-biznesy-i-neko-merciyni-orhanizacii-z-yavlyayut-sya-infohrafika>
48. Юридична газета: *Відновлення українського ринку: які бізнеси і некомерційні організації з'являються у 2023 році*. URL: [Відновлення українського ринку: які бізнеси і некомерційні організації з'являються у 2023 році - Юридична Газета \(yur-gazeta.com\)](http://www.yur-gazeta.com)
49. Дія Бізнес. *Відновлення українського ринку: скільки бізнесів з'явилося у першому півріччі 2023 року. Дослідження YouControl*. URL: <https://business.diia.gov.ua/en/cases/novini/vidnovlenna-ukrainskogo-rinku-skilki-biznesiv-zavilos-u-persomu-pivricci-2023-roku>
50. Вікіпедія. *Система національних рахунків*. URL: <http://surl.li/ubzic>
51. КЛАСИФІКАЦІЯ ІНСТИТУЦІЙНИХ СЕКТОРІВ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ (KICE)/ URL: https://ukrstat.gov.ua/konsult_centr/10_kiseu.htm

- 52.Руководство по некоммерческим организациям в Системе национальных счетов. URL: http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/SeriesF_91r.pdf
- 53.Вікіпедія. *Коефіцієнт кореляції Пірсона*. URL: <http://surl.li/ubzkm>
- 54.Громадська організація “Дуїт”. *Річний звіт за 2022 рік*. URL: <http://surl.li/ubzli>
- 55.УсMarket. *Громадські організації Дніпропетровської області*. URL: <https://catalog.youcontrol.market/hromadski-orhanizatsii/dnipropetrovska-oblast>
- 56.УсMarket. *Каталог компаній України*. URL: <https://catalog.youcontrol.market/>
- 57.Цільова Аудиторія Бізнесу: *Сегментація По Методу 5W*. URL: <https://prnews.io/uk/blog/5w-metod.html#5W>
- 58.Метод 5W Шеррінгтона: *як і чому треба сегментувати аудиторію медичного бренду*. URL: <https://edgelab.com.ua/blog/metod-5w-sherringtona-yak-i-chomu-treba-segmentuvaty-audytoriyu-medychnogo-brendu/>
- 59.Соціальна мережа Instagram. *Yrcdnipro*. URL: <https://www.instagram.com/yrcdnipro/>
- 60.Соціальна мережа Facebook. *MolcentrDnipra*. URL: https://www.facebook.com/molcentrdnipra/?locale=ru_RU
- 61.Соціальна мережа Instagram. *Smart*. URL: <https://www.instagram.com/smartmolod/>
- 62.Соціальна мережа Instagram. *Nycukraine*. URL: <https://www.instagram.com/nycukraine/>
- 63.Соціальна мережа Facebook. *Ualeadershipacademy*. URL: <https://www.facebook.com/ualeadershipacademy/>
- 64.Соціальна мережа Instagram. *Uyf.gov.ua*. URL: <https://www.instagram.com/uyf.gov.ua/>
- 65.Вікіпедія. *SWOT-аналіз*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/SWOT-%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7>

66.Вікіпедія. *Краудфандинг*. URL:

<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B0%D1%83%D0%B4%D1%84%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B3>

67.ШОТАМ. СУСПІЛЬСТВО. *Українці на Kickstarter зібрали 100% фінансування для розумної лампи.* URL:

<https://shotam.info/ukraintsi-na-kickstarter-zibraly-100-finansuvannia-dlia-rozumnoi-lampy/>

68.Вікіпедія. Urban Space 100. URL:

https://uk.wikipedia.org/wiki/Urban_Space_100

69.Caritas Ukraine. URL: <https://www.caritas.eu/caritas-ukraine/>