

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи Мг-21зс
Спеціальності 075 Маркетинг
Ковальов Родіон Вадимович
Керівник: Білоткач І.А., к.е.н., доц.

**Дніпро
2025**

АНОТАЦІЯ

Ковальов Р.В «Розробка заходів щодо удосконалення маркетингової комунікаційної політики підприємства»

У даній роботі досліджено теоретичні аспекти маркетингової комунікаційної політики підприємства. У першому розділі розглянуто значення та роль маркетингової комунікаційної політики, а також використання різних каналів комунікацій та інструментів для покращення взаємодії з аудиторією.

Далі, у другому розділі, проведено аналіз поточного стану маркетингової комунікаційної політики на прикладі ТОВ «Комфі Трейд», включаючи характеристику господарської діяльності підприємства, аналіз ринку, позиціонування та сегментування, а також SWOT-аналіз.

У третьому розділі запропоновано заходи щодо удосконалення маркетингової комунікаційної політики ТОВ «Комфі Трейд», визначено маркетинговий бюджет та оцінено економічну доцільність запропонованих заходів.

Ключові слова: маркетингова комунікаційна політика, ТОВ «Комфі Трейд», стратегія комунікації, канали комунікації, аудиторія, SWOT-аналіз.

SUMMARY

Kovalyov R.V. "Development of Measures to Improve the Marketing Communication Policy of the Enterprise"

This paper explores the theoretical aspects of the marketing communication policy of an enterprise. The first section examines the significance and role of marketing communication policy, as well as the use of various communication channels and tools to enhance audience interaction.

In the second section, an analysis of the current state of the marketing communication policy is conducted using the example of LLC "Comfy Trade," including the company's business activities, market analysis, positioning and segmentation, as well as a SWOT analysis.

The third section proposes measures to improve the marketing communication policy of LLC "Comfy Trade," determines the marketing budget, and assesses the economic feasibility of the proposed measures.

Keywords: marketing communication policy, LLC "Comfy Trade," communication strategy, communication channels, audience, SWOT analysis.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ	8
1.1. Сутність та характеристика маркетингових комунікацій, їх види.....	8
1.2. Значення та роль маркетингової комунікаційної політики.....	13
1.3. Оцінювання ефективності маркетингових комунікацій підприємства.....	17
РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД».....	21
2.1 . Характеристика діяльності ТОВ «Комфі Трейд».	21
2.2. Аналіз поточного стану маркетингової комунікаційної політики підприємства.....	24
2.3. Аналіз ринку, на якому працює компанія ТОВ «Комфі Трейд».....	31
2.4. Сегментування ринку та позиціонування послуг	33
2.5. SWOT-аналіз	39
РОЗДІЛ 3. ЗАХОДИ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД».....	42
3.1. Розробка заходів з удосконалення маркетингової комунікаційної політики підприємства.....	42
3.2. Маркетинговий бюджет запропонованих заходів.	49
3.3. Економічна доцільність запропонованих заходів	50
ВИСНОВКИ	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	58
ДОДАТКИ.....	63

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Кузик О. В. Стратегічне управління маркетинговими комунікаціями на сучасних підприємствах. Стратегія економічного розвитку України. 2014. № 34. С. 130–135.
2. Марищук Я.В. Удосконалення стимулювання збуту на підприємстві. Молодий вчений. 2016. № 1(1). С. 117-120.
3. Маркетинг: навч. посіб. / [С.І. Чеботар, Я.С. Ларіна, О.П. Луцій, М.Г. Шевчик, Р.І. Буряк, С.М. Боняр, А.В. Рябчик, О.М. Прус, В.А. Рафальська]. –К : «Наш час» , 2007. – 504 с.
4. Іванечко Н.Р. Маркетингові стратегії підприємств на ринку торговельно-розважальних послуг: дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / Неля Ростиславівна Іванечко; [наук. керівник О. М. Сохацька]; ДВНЗ «Терн. нац. екон. ун-т». – Тернопіль, 2015. – 201 с.
5. Жегус О.В., Афанасьєва О.П., Олініченко К.С., Маренич В.М. Розвиток аналітичного інструментарію аудиту сайту інформаційного порталу. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2021. С. 92–107. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/3225/1/4_%D1%81%D0%B5%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F.pdf
6. Возняк О. Актуальність маркетингової комунікаційної політики. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/16287/2/Conf_2016_Wozniak_O-The_relevance_of_marketing_85-86.pdf
7. Карпенко Н.В. Комплекс маркетингових комунікацій у стратегічному управлінні маркетинговою діяльністю підприємства : монографія / Н.В. Карпенко, Н.І. Яловега. – Полтава : ПУЕТ, 2012. – 278 с.
8. Штефанич Д. Оцінка ефективності комунікаційної політики підприємства. Вісник ТНЕУ № 1. 2014. – С. 111-120.

9. ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "КОМФІ ТРЕЙД"
[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://clarity-project.info/tenderer/36962487>

10. "Бути першим і впроваджувати революційні рішення - у нас в ДНК" - Ігор Хижняк, генеральний директор COMFY. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ain.ua/ru/2019/04/08/byt-pervym-i-vnedryat-revolucionnye-resheniya-u-nas-v-dnk-igor-xizhnyak-generalnyj-direktor-comfy/>

11. comfy_ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.instagram.com/comfy_ua/

12. COMFY: інтернет магазин. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://play.google.com/store/apps/details?id=ua.comfy.comfystore&hl=ru&gl=UA&pli=1>

13. COMFY: сайт інтернет магазину. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://comfy.ua/ua/?utm_source=socialmedia&utm_medium=stories&utm_campaign=comfy.ua&utm_id=instagram&utm_content=comfy.ua

14. Телеграм канал Comfy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://t.me/s/comfysale>

15. Позиціонування товару та сегментація ринку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ru.osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/20651/

16. ПОЗИЦІОНУВАННЯ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.oschadbank.ua/blog/pozyciyuvannya-brendu-yak-stvoryty-vdalyy-obraz-kompaniyi-na-dovgi-roky>

17. Що таке SWOT-аналіз і для чого він потрібен? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://happymonday.ua/yak-provesty-swot-analiz>

18. Яка головна мета реклами та рекламного дизайну? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.mistrakov.eu/2023/08/23/yaka-golovna-meta-reklamita-reklamnogo-dizajnu/>

19. Афенченко Г.В., Богоявленський О.В., Верлока В.С., Жердев М.Д., Наумова О.Е. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посібник / Під ред. В.С.Верлоки, О.В.Богоявленського. - Харків: УкрДАЗТ, 2007. – Ч.І. – 332 с.

20. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посіб. / Київ. нац.екон. ун-т. — К., 2000. — 377с.

21. Тема 10. Маркетингова політика комунікацій в системі управління підприємством. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://elib.lntu.edu.ua/sites/default/files/elib_upload/%D0%93%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9%20%D0%9A%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%B6/page12.html

22. Мостова А.Д., Тараненко І.В., Щолокова Г.В. Ukrainian electronic commerce: current trends and development prospects in the conditions of Ukraine's integration into the EU digital single market. В кн.: The EU Cohesion policy and healthy national development: Management and promotion in Ukraine (2023). (Eds. N. Letunovska, L. Saher, A. Rosokhata). Szczecin: Centre of Sociological Research. 645 p.

23. Козьменко С.М., Шпиг Ф.І., Волошко І.В. Стратегічний менеджмент банку: Навчальний посібник. - Суми: ВТД «Університетська книга», 2003. - 734 с.

24. КОМПАНІЯ COMFY. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ua-region.com.ua/ru/36962487>

25. Comfy. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://surl.li/izcwjo>

26. Національна Премія Retail Awards 2017: українці обрали COMFY кращою мережею супермаркетів електроніки та побутової техніки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://blog.comfy.ua/ua/nacionalna-premiya-retail-awards-2017-ukrayinci-obrali-comfy-krashhoyu-merezhayu-supermarketiv-elektroniki-ta-pobutovoyi-tekhniki/>

27. Багорка, М. О., 2010. Маркетингове забезпечення функціонування фермерських господарств. Агросвіт, 21, с. 18-23.

28. Українці скуповують електроніку на тлі побоювань щодо зростання цін і дефіциту. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eba.com.ua/ukrayintsi-skupovuyut-elektroniku-na-tli-poboyuvan-shhodo-zrostannya-tsin-i-defitsytu/>

29. Тараненко І.В., Мішустіна Т.С., Яременко С.С. Стратегічні інноваційні орієнтири маркетингової комунікаційної діяльності підприємств країн ЄС та України. Нобелівський вісник №1 (56), 2021. С. 92-106.

30. Тараненко І.В., Мілютін О.О., Щолокова Г.В., Яременко С.С. Створення портрету споживача для вибору ефективних каналів маркетингової комунікації. Ефективна економіка. № 3, 2023. Електронне видання. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1267>.

31. Інформація про Фокстрот [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://surl.li/aavvlh>

32. Маркетинговий аудит: збірник завдань для практичних занять і самостійної роботи (практикум) [Електронний ресурс] / В.М. Шевченко, А.Д. Мостова. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2017. – 84 с.

33. COMFY у десятці найбільших за оборотом ритейлерів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eba.com.ua/comfy-u-desyattsi-najbilshyh-za-oborotom-rytejleriv/>

34. Шевченко В., Тараненко І., Яременко С., Мішустіна Т., Попроцький О., Мостова А. Тенденції цифрового маркетингу в контексті розвитку інформаційного суспільства. Postmodern Openings, 2022, том 13, випуск 2, с. 448-460.

35. Гуржий Н., Мішустіна Т., Кулініч Т., Дашко І., Гармідер Л., Тараненко І. Вплив інноваційного розвитку на конкурентоспроможність підприємств. Postmodern Openings, 2021, том 12, випуск 4, с. 141-152.

36. Програми лояльності: як залучити та утримати клієнтів через автоматизовану систему [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://freshtech.global/ua/blog/loyalty-programs-how-to-attract-and-retain-customers-through-an-automated-loyalty-system>

37. Отримання зворотного зв'язку від клієнтів за допомогою сучасних CRM. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://sitniks.ua/blog_post/otrymannya-zvorotnogo-zvyazku-vid-kliyentiv-za-dopomogoyu-suchasnyh-crm/

38. ОСНОВНІ МОДЕЛІ ПСИХОГРАФІЧНОГО СЕГМЕНТУВАННЯ: “VALS” ТА “ЦІННОСТІ СЕГМЕНТІВ” РОЯ МОРГАНА.[Електронний ресурс]. – Режим доступу :<https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/293705.pdf>

39. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.

40. Таргетована реклама в соцмережах: види, формати та особливості. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://elit-web.ua/ua/blog/targetirovannaya-reklama>

41. «Загальні конкурентні стратегії (за М. Портером)», [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buklib.net/books/26095/>

42. WebPromoExperts, «Оцінка ефективності маркетингових комунікацій» - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://webpromoexperts.net/blog/marketing-communications-efficiency>

43. LB.ua, дос'є на Станіслава Роніса - підтвердження динамічного розвитку мережі COMFY у кризовий період. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://lb.ua/file/person/4372_ronis_stanislav_markovich_.html

44. ShareuaPotential, «Історія мережі Comfy» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://shareuapotential.com/ru/Emitents/comfy_ua.html

45. RAU, «Іван Павлік, Comfy: Конкуренцію виграють швидкість, бізнес ...»/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rau.ua/novyni/ivan-pavlyk-comfy/>