

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**«МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯК ОСНОВА
РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ
КОМУНІКАЦІЙ»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-21зс

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Лейтас Аліна Олексіївна

ПІБ

Керівник: Яременко С.С., к.е.н., доц.

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро
2025

АНОТАЦІЯ

Лейтас А.О. Маркетингові дослідження як основа розробки маркетингової політики комунікацій.

В рамках кваліфікаційної роботи проведено аналіз маркетингового середовища діяльності ФОП Буряк А.С. "ДРУК", що є ключовим для розуміння ринкових реалій поліграфічних послуг. Запропоновано конкретні заходи з удосконалення маркетингової політики комунікацій підприємства. Особливу цінність становить розробка рекомендацій щодо вдосконалення онлайн-присутності, що відповідає специфіці поліграфічної діяльності та візуально ідентифікує бренд. Впровадження запропонованих рекомендацій дозволить ФОП Буряк А.С. "ДРУК" підвищити свою конкурентоспроможність та ефективність комунікаційних зусиль на ринку.

Ключові слова: маркетингові дослідження, маркетингова політика комунікацій, ФОП Буряк А.С. «ДРУК», поліграфічні послуги, онлайн-комунікації, веб-сайт, логотип, офлайн-комунікації, SWOT-аналіз, сегментація ринку.

SUMMARY

Leitas A.O. Marketing Research as a Basis for Developing Marketing Communication Policy.

Within the scope of the qualification paper, an analysis of the marketing environment of FOP Buriak A.S. "DRUK"'s operations was conducted, which is crucial for understanding the market realities of printing services. Specific measures for improving the enterprise's marketing communication policy have been proposed. Of particular value is the development of recommendations for enhancing online presence, which aligns with the specifics of printing activities and visually identifies the brand. The implementation of the proposed recommendations will enable FOP Buriak A.S. "DRUK" to increase its competitiveness and the effectiveness of its communication efforts in the market.

Keywords: marketing research, marketing communication policy, FOP Buriak A.S. "DRUK", printing services, online communications, website, logo, offline communications, SWOT analysis, market segmentation.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ЇХ РОЛЬ У РОЗРОБЦІ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ КОМУНІКАЦІЙ	
1.1. Сутність, цілі та завдання маркетингових досліджень у контексті комунікаційної діяльності підприємства.	9
1.2. Теоретичні підходи до формування маркетингової політики комунікацій підприємства та її основні види.	15
1.3. Методологічні аспекти проведення маркетингових досліджень для розробки ефективної комунікаційної стратегії	23
РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОЦІНКА СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА "ДРУК"	
2.1. Загальна характеристика підприємства та аналіз його діяльності	28
2.2. Сегментування ринку та вибір цільових сегментів	35
2.3. Аналіз ринку на якому працює підприємство	38
2.4. SWOT-аналіз підприємства	49
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	
3.1. Кабінетні дослідження системи маркетингових комунікацій підприємства	52
3.2. Обґрунтування необхідності вдосконалення комунікаційної політики підприємства	59
3.3. Рекомендації з вдосконалення системи маркетингових комунікацій підприємства та очікуваний ефект	61
ВИСНОВКИ.....	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	73