

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту, економіки і природничо-технологічної освіти
Кафедра документальних комунікацій та менеджменту

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 073 «МЕНЕДЖМЕНТ»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

на тему :

**«Управління комунікативною політикою
підприємства»**

(на прикладі ТОВ «Експансія» філія у м. Рівне)

Виконала:

здобувачка першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти IV курсу
академічної групи МО-41
заочної форми навчання
Крамар Софія Денисівна

Керівник:

канд. екон. наук, доцент кафедри
документальних комунікацій та
менеджменту
Поляк Катерина Юріївна

Рецензент:

канд. екон. наук, доцент кафедри
документальних комунікацій та
менеджменту
Сяська Олена Василівна

Рівне 2026

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАТИВНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	5
1.1. Сутність, роль та складові комунікативної політики підприємства.....	5
1.2. Види, інструменти та канали комунікацій підприємства.....	10
1.3. Методичні підходи до управління комунікативною політикою.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАТИВНОЮ ПОЛІТИКОЮ ТОВ «ЕКСПАНСІЯ» ТА ШЛЯХИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ.....	20
2.1. Загальна характеристика діяльності ТОВ «Експансія» (філія у м. Рівне).....	20
2.2. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Експансія».....	24
2.3 Аналіз сучасного стану комунікативної політики ТОВ «Експансія»..	36
2.3. Напрями вдосконалення управління комунікативною політикою ТОВ «Експансія».....	44
ВИСНОВКИ	49
ДОДАТКИ.....	53

ВСТУП

Актуальність дослідження зумовлена посиленням конкуренції на споживчому ринку та зростанням ролі комунікаційної складової в забезпеченні ефективної діяльності торговельних підприємств. У сучасних умовах цифровізації бізнес-середовища комунікативна політика виступає ключовим інструментом формування взаємодії зі споживачами, підвищення їхньої лояльності, оптимізації внутрішніх управлінських процесів та зміцнення ринкових позицій підприємства. Особливої значущості набуває інтеграція цифрових каналів комунікації та побудова омніканальних моделей взаємодії, що дозволяють забезпечити безперервний клієнтський досвід і підвищити ефективність бізнес-процесів.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних та практичних аспектів формування і реалізації комунікативної політики підприємства та обґрунтування напрямів її вдосконалення на прикладі ТОВ «Експансія».

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання: розкрити сутність і роль комунікативної політики в системі управління підприємством; проаналізувати сучасні підходи до організації внутрішніх і зовнішніх комунікацій; дослідити стан комунікативної політики ТОВ «Експансія»; оцінити ефективність існуючих комунікаційних інструментів; розробити пропозиції щодо вдосконалення комунікативної системи підприємства.

Об'єктом дослідження є процес формування та реалізації комунікативної політики ТОВ «Експансія».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних аспектів управління комунікаціями ТОВ «Експансія».

Методи дослідження базуються на загальнонаукових і спеціальних підходах, зокрема: системному та структурному аналізі, узагальненні, порівнянні, статистичному аналізі, а також графічному та табличному представленні даних.

Інформаційною базою дослідження стали наукові праці вітчизняних і зарубіжних авторів з питань маркетингу та управління комунікаціями, нормативно-правові акти, внутрішня звітність підприємства, а також аналітичні матеріали щодо його діяльності.

Практичне значення роботи полягає у можливості впровадження запропонованих рекомендацій у діяльність ТОВ «Експансія» з метою підвищення ефективності комунікативної політики, оптимізації внутрішніх процесів та посилення конкурентних позицій підприємства на ринку.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

У вступі обґрунтовано актуальність теми дослідження, визначено мету, завдання, об'єкт і предмет роботи, окреслено методи дослідження та інформаційну базу.

Перший розділ має теоретичний характер і присвячений дослідженню сутності комунікативної політики підприємства, її ролі в системі управління, а також сучасних підходів до формування внутрішніх і зовнішніх комунікацій.

Другий розділ є аналітичним і містить аналіз сучасного стану комунікативної політики ТОВ «Експансія». У ньому досліджено внутрішню та зовнішню систему комунікацій підприємства, оцінено ефективність комунікаційних процесів, визначено основні проблеми та обмеження їх функціонування. Також, він має прикладний характер і присвячений розробці напрямів удосконалення комунікативної політики ТОВ «Експансія». Запропоновано інтегровану модель комунікаційного менеджменту, визначено ключові напрями цифровізації, омніканальної взаємодії та підвищення ефективності роботи зі стейкхолдерами.

У висновках узагальнено результати дослідження, сформульовано основні теоретичні та практичні положення, а також окреслено перспективи подальшого розвитку комунікативної політики підприємства.