

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

Кафедра менеджменту, маркетингу і туризму

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему: «Дослідження комунікаційної політики підприємства»
(на матеріалах ТОВ «Автосвіт – XXI століття»)

«Research of the communication policy of the enterprise
(on the materials of LLC «Avtosvit – XXI century»)

Виконала: здобувачка першого
(бакалаврського)

рівня вищої освіти групи 4МНба

спеціальності 073 «Менеджмент»
(шифр і назва спеціальності)

освітньо-професійної програми

«Бізнес-адміністрування»

Журавель Д.А.

(прізвище та ініціали)

Керівник Кокорева О.В.

(прізвище та ініціали)

Хмельницький – 2025 р

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

Кафедра менеджменту, маркетингу і туризму

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітньо-професійна програма «Бізнес-адміністрування»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри, к.е.н., доцент

Руслан НАБОКА

« 14 » 01 2025 р.

З А В Д А Н Н Я НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

Журавель Дар'ї Андріївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Дослідження комунікаційної політики підприємства (на матеріалах ТОВ «Автосвіт – XXI століття»)»

керівник роботи Кокорєва Ольга Володимирівна, к.е.н., доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від «14» 01.2025 р. № 28-с

2. Строк подання здобувачем роботи 18 червня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи: планові та звітні дані діяльності ТОВ «Автосвіт – XXI століття» за 2022-24 рр., матеріали офіційного сайту ТОВ «Автосвіт – XXI століття», навчальна література

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Теоретичні основи формування комунікаційної політики підприємства

2. Аналіз комунікаційної політики ТОВ «Автосвіт – XXI століття»

3. Напрями покращення управління комунікаційною політикою підприємства

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Робота містить 7 рисунків та 25 таблиць

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Ім'я, прізвище та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Консультант з написання I-III розділів	<i>Ольга КОКОРСЬКА, доцент</i>	14.01.2025	21.05.2025
Консультант з нормоконтролю	<i>Олена БИЛИМ, ст. викладач</i>	14.01.2025	22.05.2025 03.06.2025

7. Дата видачі завдання _____ 14.01.2025 року _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Огляд літературних джерел з теми	15.01.25-04.02.25	виконано
2.	Складання і затвердження плану роботи	05.02.25-14.02.25	виконано
3.	Написання 1 розділу	15.02.25-17.03.25	виконано
4.	Написання 2 розділу	18.03.25-21.04.25	виконано
5.	Написання 3 розділу	22.04.24-16.05.25	виконано
6.	Формулювання висновків за темою дослідження	17.05.25-21.05.25	виконано
7.	Оформлення роботи	22.05.25-03.06.25	виконано
8.	Надання роботи керівнику для перевірки та написання подання	04.06.25	виконано
9.	Подання роботи для перевірки у КСПНП	10.06.25	виконано
10.	Захист кваліфікаційної роботи в ЕК	18.06.2025	

Здобувачка _____
(підпис)

Дар'я ЖУРАВЕЛЬ
(ім'я та прізвище)

Керівник роботи _____
(підпис)

Ольга КОКОРСЬКА
(ім'я та прізвище)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	8
1.1. Поняття, цілі та основні завдання комунікаційної політики підприємства	8
1.2. Механізм формування та реалізації комунікаційної політики підприємства.....	15
1.3. Методичні основи оцінки ефективності комунікаційної політики підприємства	24
Висновки до розділу 1.....	33
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «АВТОСВІТ – ХХІ століття».....	35
2.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Автосвіт – ХХІ століття».....	35
2.2. Оцінка маркетингової політики комунікацій: метод аналізу ієрархій.....	46
2.3. Оцінка ефективності комунікаційної політики підприємства	56
Висновки до розділу 2.....	62
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	64
3.1. Заходи щодо покращення комунікаційної політики ТОВ «Автосвіт – ХХІ століття».....	64
3.2. Прогноз економічної ефективності запропонованих заходів.....	69
Висновки до розділу 3.....	71
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	75

ВСТУП

У сучасному бізнес-середовищі ефективна комунікаційна політика є ключовим фактором успішного функціонування підприємства, оскільки вона визначає взаємодію з зацікавленими сторонами. Грамотно вибудована комунікація сприяє формуванню позитивного іміджу, підвищенню впізнаваності, зміцненню довіри клієнтів і партнерів, а також покращенню конкурентних позицій. В умовах динамічного розвитку ринку та зростаючої конкуренції підприємства повинні реагувати на зміни в споживчих запитах і технологіях. Інтеграція традиційних та цифрових інструментів взаємодії дозволяє розширювати аудиторію та підвищувати ефективність маркетингових заходів. Актуальність теми дослідження комунікаційної політики обумовлена необхідністю забезпечення підприємствам стабільних і ефективних комунікацій з усіма зацікавленими сторонами, що, в свою чергу, сприяє їх розвитку, зміцненню позицій на ринку і досягненню стратегічних цілей.

Теоретичні та практичні аспекти комунікаційної політики підприємств досліджували такі науковці, як Котлер Ф., Лук'янець Т.І. та Окландер М.А., Примак Т.О. У своїх працях вони розглядали питання маркетингових комунікацій, стратегічного управління та впливу комунікаційної політики на конкурентоспроможність підприємств. Проте стрімка цифрова трансформація та зміни в поведінці споживачів вимагають оновлення підходів до управління комунікаційною політикою, що відкриває можливості для нових досліджень у цій сфері.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є дослідження комунікаційної політики ТОВ «Автосвіт – XXI століття» та розробка рекомендацій щодо її вдосконалення для підвищення ефективності взаємодії з клієнтами, партнерами та іншими зацікавленими сторонами.

Відповідно до поставленої мети визначено наступні завдання:

- визначити поняття, цілі та основні завдання комунікаційної політики

підприємства;

- розглянути механізм формування та реалізації комунікаційної політики підприємства;

- розглянути існуючі методичні підходи до оцінки ефективності комунікаційної політики підприємства;

- провести аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Автосвіт – XXI століття»;

- провести оцінку маркетингової політики комунікацій: методом аналізу ієрархій;

- здійснити оцінку ефективності комунікаційної політики підприємства;

- запропонувати заходи щодо покращення комунікаційної політики ТОВ «Автосвіт – XXI століття»;

- зробити прогноз економічної ефективності запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є процес формування комунікаційної політики ТОВ «Автосвіт – XXI століття».

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти формування і реалізації комунікаційної політики ТОВ "Автосвіт – XXI століття".

Методи дослідження. Досягнення мети та вирішення завдань дослідження здійснено на основі системного підходу, з використанням методів логічного, порівняльного та статистичного аналізів, методу експертних оцінок, анкетування та ін.

Результати дослідження мають практичне значення для ТОВ «Автосвіт – XXI століття», оскільки вони дозволяють оптимізувати комунікаційну політику підприємства, покращити взаємодію з цільовими аудиторіями та партнерами. Застосування рекомендацій сприятиме підвищенню ефективності використовуваних інструментів комунікацій, що, у свою чергу, забезпечить зміцнення ринкових позицій компанії, поліпшення іміджу бренду і підвищення конкурентоспроможності на ринку.

Структура й обсяг роботи. Основний текст кваліфікаційної роботи

викладений на 74 сторінках складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел із 33 найменувань на 3 сторінках. Робота містить 7 рисунків і 25 таблиць.