

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту організацій

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності **073 Менеджмент**

**«Імідж як складова конкурентоспроможності будівельного
підприємства»**

Виконавець

студентка факультету менеджменту, обліку
та інформаційних технологій

Мустипан Марія Олександрівна
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

К.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Балабаш Ольга Сергіївна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ОДЕСА – 2023

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. У сучасних умовах ведення бізнесу компанії борються за кожного споживача. Ринкова економіка вимагає нових умов для успіху, тому підприємствам варто шукати нові шляхи для підвищення конкурентоспроможності своєї продукції або послуг. Фундаментальним елементом підвищення конкурентоспроможності компаній є створення формування іміджу для цільових груп.

Вагомим завданням економічних досліджень є виявлення можливостей формування іміджу, які впливають на конкурентну позицію компанії. Офіційні статистичні та соціально-економічні дослідження доводять, що позитивний імідж організації сприяє залученню позикових коштів, заохочує залучення висококваліфікованих спеціалістів, зміцнює партнерські відносини, забезпечує позитивне сприйняття споживачами та підвищує їх лояльність щодо послуг або вироблених товарів компанії.

Актуальність поставлених вище питань, їх теоретичне значення та практичне значення для ефективної діяльності організації, особливо в умовах сучасних реалій економіки, визначило вибір теми дипломної роботи, її мети та завдання.

Метою роботи є дослідження теоретичних аспектів управління іміджем підприємства та розробка практичних рекомендацій щодо його удосконалення у ТОВ «ГАРАНТ-9».

Для досягнення мети були поставлені наступні завдання:

- дослідити теоретичні аспекти управління іміджем як складовою конкурентоспроможності підприємства;
- провести аналіз будівельної галузі;
- надати загальну характеристику діяльності підприємства ТОВ «ГАРАНТ-9»;
- провести оцінювання іміджу ТОВ «ГАРАНТ-9»;
- визначити напрями розвитку іміджу ТОВ «ГАРАНТ-9» та провести їх економічне обґрунтування.

Об'єктом дослідження роботи є ТОВ «ГАРАНТ-9».

Предметом дослідження є процес управління іміджем як складовою конкурентоспроможності підприємства.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої в роботі мети були використані сучасні загальнонаукові та спеціальні методи: індукції та дедукції (при дослідженні теоретичних аспектів сутності поняття «імідж»), класифікації даних, порівняння (для аналізу масиву статистичних даних), фінансового аналізу - для оцінки фінансового стану підприємства, статистичного аналізу – для дослідження тенденції розвитку галузі, PEST-аналізу для визначення впливу факторів на будівельну галузь, SWOT-аналіз – для визначення впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Актуальність теми дослідження. У сучасних умовах ведення бізнесу компанії борються за кожного споживача. Ринкова економіка вимагає нових умов для успіху, тому підприємствам варто шукати нові шляхи для підвищення конкурентоспроможності своєї продукції або послуг.

Фундаментальним елементом підвищення конкурентоспроможності компаній є створення формування іміджу для цільових груп.

Вагомим завданням економічних досліджень є виявлення можливостей формування іміджу, які впливають на конкурентну позицію компанії. Офіційні статистичні та соціально-економічні дослідження доводять, що позитивний імідж організації сприяє залученню позикових коштів, заохочує залучення висококваліфікованих спеціалістів, зміцнює партнерські відносини, забезпечує позитивне сприйняття споживачами та підвищує їх лояльність щодо послуг або вироблених товарів компанії.

Актуальність поставлених вище питань, їх теоретичне значення та практичне значення для ефективної діяльності організації, особливо в умовах сучасних реалій економіки, визначило вибір теми дипломної роботи, її мети та завдання.

Метою роботи є дослідження теоретичних аспектів управління іміджем підприємства та розробка практичних рекомендацій щодо його удосконалення у ТОВ «ГАРАНТ-9».

Для досягнення мети були поставлені наступні завдання:

- дослідити теоретичні аспекти управління іміджем як складовою конкурентоспроможності підприємства;
- провести аналіз будівельної галузі;
- надати загальну характеристику діяльності підприємства ТОВ «ГАРАНТ-9»;
- провести оцінювання іміджу ТОВ «ГАРАНТ-9»;
- визначити напрями розвитку іміджу ТОВ «ГАРАНТ-9» та провести їх економічне обґрунтування.

Об'єктом дослідження роботи є ТОВ «ГАРАНТ-9».

Предметом дослідження є процес управління іміджем як складовою конкурентоспроможності підприємства.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої в роботі мети були використані сучасні загальнонаукові та спеціальні методи: індукції та дедукції (при дослідженні теоретичних аспектів сутності поняття «імідж»), класифікації даних, порівняння (для аналізу масиву статистичних даних), фінансового аналізу - для оцінки фінансового стану підприємства, статистичного аналізу – для дослідження тенденції розвитку галузі, PEST-аналізу для визначення впливу факторів на будівельну галузь, SWOT-аналіз – для визначення впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

В роботі запропоновано заходи з формування іміджу підприємства шляхом вдосконалення інноваційності продукту завдяки впровадженню системи «Розумний будинок».

Практична значимість роботи полягає в можливості використання розроблених рекомендацій для формування іміджу ТОВ «ГАРАНТ-9».

Інформаційну базу дослідження склали звітність ТОВ «ГАРАНТ-9», законодавчі і нормативні акти України. Під час написання кваліфікаційної роботи використовувалися монографії, наукові статті, дані органів державної статистики. При написанні роботи використовувались комп'ютерні програми MS Word, MS Excel.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (50 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 82 сторінки. Основний зміст викладено на 64 сторінки. Робота містить 18 таблиць, 12 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі кваліфікаційної роботи *«Теоретичні аспекти формування іміджу підприємства як елементу конкурентноспроможності»* досліджено сутність поняття «імідж організації», розглянуто структуру, функції, інструменти й методи оцінювання іміджу компанії, обґрунтовано схожість понять «імідж», «образ» та «репутація».

У другому розділі *«Розробка заходів з формування іміджу ТОВ «ГАРАНТ-9»»* проведено аналіз тенденцій розвитку будівельного ринку України, надано загальну характеристику та аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «ГАРАНТ-9», розроблено заходи з формування іміджу ТОВ «ГАРАНТ-9».

ВИСНОВКИ

Будівельна галузь в Україні є однією з ключових галузей економіки і має значний вплив на розвиток країни. Вона охоплює широкий спектр діяльності, включаючи будівництво житлових, комерційних та інфраструктурних об'єктів.

Повномасштабне вторгнення росії в Україну спричинило жахливі наслідки не тільки для будівельної галузі, а й для всієї країни в результаті чого у 2022 році обсяг виробленої будівельної продукції становив 113828,2 млн. грн, що на 55,89% менше обсягу за 2021 рік, який дорівнював 258073 млн. грн., та на 43,63% за 2020 рік (202080 млн. грн).

З метою оцінювання впливу факторів макросередовища було проведено PEST – аналіз будівельної галузі України. Було встановлено, що більшість факторів макросередовища мають негативний вплив, особливо необхідно виділити економічні фактори: нестабільність курсу валюти, зростання темпів інфляції, низький рівень доходів населення та ін. Загальний негативний вплив економічних факторів склав мінус 4,4 бали, поряд з цим, технологічні фактори мають позитивний вплив (+3 б.) що є основою реалізації потенціалу розвитку підприємств галузі у майбутньому.

Надано загальний опис підприємства ТОВ «ГАРАНТ-9», розглянуто основні види діяльності та організаційну структуру компанії. Провівши аналіз фінансового стану компанії, дійшли до таких висновків, що не дивлячись на значне підвищення доходу від реалізації продукції (на 51,5%), з початком повномасштабної війни у 2022 році в компанії чистий прибуток знизився на 1058,7 тис. грн. (14,6%). Було визначено, що підприємство не є фінансово стійким та має не високого рівня платоспроможності. Загальним чином, аналіз економічних показників показав, що через складну ситуацію в країні підприємство не має тенденцію до позитивних змін.

За результатами проведеного аналізу сильних та слабких сторін ТОВ «ГАРАНТ-9», а також можливостей та загроз зовнішнього середовища (SWOT-аналізу), було обґрунтовано доцільність вибору стратегії, яка полягає у розробці

додаткових послуг, а також застосуванні інноваційних технологій в продукті. Зі застосуванням інноваційних технологій в будівництві підприємство буде орієнтуватися на майбутнє та прогрес. Додатково були розроблені стратегії, які заключаються в залученні нових постачальників з меншими цінами на будівельні матеріали, у впровадженні технології екологічного будівництва, що значно скоротить кількість відходів при будівництві.

В роботі проведено детальну оцінку іміджу ТОВ «ГАРАНТ-9» по кожному з його елементу: іміджу продукту, візуального іміджу, бізнес-іміджу, іміджу співробітників й взаємодії з громадськістю. Було встановлено, що у ТОВ «ГАРАНТ-9» є суттєво низьким показник з інноваційності продукту. Тому, з метою покращення іміджу ТОВ «ГАРАНТ-9» вважаємо за доцільне розробити заходи з усунення даної слабкої сторони.

На основі проведеного аналізу обґрунтовано необхідність розробки заходів з формування іміджу ТОВ «ГАРАНТ-9» за допомогою впровадження інноваційної системи «Розумного будинку». В роботі розраховано чисті грошові потоки в результаті реалізації розроблених заходів.

За допомогою розрахунку чистої поточної вартості (NPV) було встановлено, що необхідні інвестиційні витрати на реалізацію заходів встановлення систем «Розумний будинок» складатимуть 509 тис. грн. В результаті розрахунків економічної ефективності запропонованих заходів було визначено, що NPV складатиме 626,221 тис. грн., дисконтований індекс рентабельності проекту становить 2,2 а інвестиції повністю окупляться через 1,2 роки. В свою чергу, діаграма Ганта показала, що загальний інвестиційний період проекту буде становити більше 3 місяців, а на встановлення 1 системи «Розумного будинку» витратиться часу близько 1 місяця.

Отримані результати вказують на значне покращення ефективності підприємства після впровадження напрямку формування іміджу компанії. Зокрема, очікується збільшення прибутку ТОВ «ГАРАНТ-9» на 610,641 тис. грн. у 2024 році. Це свідчить про доцільність здійснення даного проекту з економічної точки зору.