МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту організацій

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

на тему: «Управління іміджем торгівельного підприємства»

Виконавець:
студент факультету менеджменту,
обліку та інформаційних технологій
Глазкова Софія Григоріївна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:
к. е. н., доцент
(науковий ступінь, вчене звання)
БалабашОльга Сергіївна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ОДЕСА – 2024

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. На сучасному етапі розвитку економіки наявність у суб'єкта господарювання позитивного іміджу допомагає залученню працівників з високим рівнем кваліфікації, спрощує доступ до позикових коштів, сприяє налагодженню міцних партнерських стосунків, довірі і сприянні у розвитку зі сторони державних структур, збільшенню лояльності споживачів до продукції або послуг підприємства, тобто є важливою складовою успішної діяльності.Упродовж останніх десятиліть дослідження у сфері іміджмейкінга набули широкого поширення, так як розвиток ринкової економіки потребує зростання кількості суб'єктів, які зацікавлені у правильному та дієвому формуванні їхнього іміджу. Не дивлячись на те, що світовою наукою напрацьовані схеми вирішення схожих задач, проте вони не зважають на умови життя українського суспільства. Недостатня увага питанню формування іміджу торговельних підприємств з урахуванням сучасних умов, обумовлює актуальність теми.

Мета дослідження:на основі вивчення теоретичних, методичних та практичних аспектів управління іміджем, розробити заходи для покращення управлінням іміджем підприємства ТОВ «АРХО ТРЕЙДІНГ ЛТД»

*Завдання дослідження***:**

· розглянути основні поняття та визначення управління іміджем підприємстваТОВ «АРХО ТРЕЙДІНГ ЛТД»;

· виконати аналіз зовнішнього середовища підприємства ТОВ «АРХО ТРЕЙДІНГ ЛТД»;

· подати загальну характеристику підприємстваТОВ «АРХО ТРЕЙДІНГ ЛТД»;

· проаналізувати імідж підприємства ТОВ «АРХО ТРЕЙДІНГ ЛТД»;

· запропонувати рекомендації щодо покращення іміджу підприємства ТОВ «АРХО ТРЕЙДІНГ ЛТД».

*Об'єкт дослідження*_ імідж торгівельного підприємства**.**

Предмет дослідження процес управління іміджем підприємства ТОВ «АРХО ТРЕЙДІНГ ЛТД».

Методи дослідження: діалектичний, системно-структурний, аналізу і синтезу, індукції та дедукції, логічного узагальнення, економіко-математичний,табличний та графічний методи аналізу

Інформаційна база дослідження: законодавчі й нормативні документи, наукові праці вітчизняних та зарубіжних економістів, присвячені досліджуваній проблематиці, дані та звітність ТОВ «АРХО ТРЕЙДІНГ ЛТД», а також результати власних досліджень та аналізу.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМТСВА»розглянуто сутність управління іміджем підприємства, роль іміджу в сучасному бізнесі, фактори,що впливають на імідж торговельного підприємства

У другому розділі «РОЗРОБКА ЗАХОДІВ УПРАВЛІННЯМ ІМІДЖЕМ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА», наведено загальну характеристику

підприємства ТОВ «АРХО ТРЕЙДІНГ ЛТД» проаналізовано зовнішнє середовище та імідж підприємства ТОВ «АРХО ТРЕЙДІНГ ЛТД».

Запропоновано напрямки покращення іміджу підприємстваТОВ «АРХО ТРЕЙДІНГ ЛТД».

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Суть іміджу підприємства полягає в його здатності слугувати потужним активом, що сприяє конкурентоспроможності, диференціації та сталому зростанню в сучасному динамічному бізнес-середовищі.
2. Імідж відіграє ключову роль у сучасному бізнесі – від формування іміджу та довіри до бренду до залучення клієнтів за допомогою візуального контенту.
3. Імідж торговельної компанії формується під впливом ряду факторів, кожен з яких відіграє ключову роль у формуванні споживчого сприйняття та позиціонуванні на ринку.
4. На успішну діяльність ТОВ «АРХО ТРЕЙДІНГ ЛТД» впливає низка зовнішніх факторів, зокрема політична стабільність, економічні умови, соціальні тенденції, технологічний прогрес, конкуренція, динаміка ринку та екологічне законодавство.
5. Дослідження проведене на матеріалах товариства з обмеженою відповідальністю «АРХО ТРЕЙДІНГ ЛТД». Основний вид діяльності (КВЕД): 68.20 Надання в оренду та експлуатацію власного або орендованого нерухомого майна. Незважаючи на коливання деяких фінансових показників, ТОВ «АРХО ТРЕЙДІНГ ЛТД» демонструє стійкість та покращення своїх фінансових результатів, що особливо помітно у значному збільшенні чистого прибутку і фінансового результату до оподаткування у 2023 році.
6. Як зовнішній, так і внутрішній імідж ТОВ «АРХО ТРЕЙДІНГ ЛТД» не повністю відповідає позитивному, тобтопотребує вдосконалення.ТОВ «АРХО ТРЕЙДІНГ ЛТД» має потенціал для створення сильного та авторитетного іміджу в галузі нерухомості. Зосередившись на послідовному та професійному брендингу, надаючи пріоритет задоволенню потреб орендарів та впроваджуючи інновації, компанія може покращити свою репутацію та залучити нові бізнес-можливості.
7. Запропоновані заходи з удосконалення іміджу ТОВ «АРХО ТРЕЙДІНГ ЛТД» позитивно вплинуть на прибутковість підприємства. Інвестуючи в навчання персоналу, додаткові премії працівникам, брошури, флаєри та рекламні матеріали, створення логотипу та рекламних матеріалів, маркетингові дослідження ринку, розробку і ведення веб-сайту, підприємство зможе значно покращити свій імідж, а також підвищити свої фінансові показники.

АНОТАЦІЯ

Глазкова С. Г. «Управління іміджем торгівельного підприємства (на прикладі ТОВ «АРХО ТРЕЙДІНГ ЛТД»)».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «073 Менеджмент»

(шифр та назва спеціальності)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2024.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти управління іміджем торгівельного підприємства

Проаналізовано зовнішнє середовище та імідж підприємства ТОВ «АРХО ТРЕЙДІНГ ЛТД».

Запропоновано напрямки покращення іміджу підприємстваТОВ «АРХО ТРЕЙДІНГ ЛТД».

*Ключові слова:*імідж, бренд, брендинг, торгівельне підприємство, управління іміджем, бізнес, зовнішнє середовище, внутрішнє середовище.

ANNOTATION

Glazkova S. “Managementoftheimageof a commercialenterprise (ontheexampleofLLC “ARHO TRADING LTD’’)’’

Qualifyingworkonobtaining a bachelor'sdegreeinthespecialty«073 Management»

(codeandnameofthespecialty)

OdessaNationalEconomicsUniversity. – Odessa, 2024.

Theworkdealswiththetheoreticalaspectsoftheimageof a commercialenterprise.

Authoranalysisexternalenvironmentandimageof ARHO TRADING LTD LLC.

Authorprpopsesdirectionsforimprovingtheimageof ARHO TRADING LTD LLC areproposed.

*Keywords:*image, brand, branding, commercialenterprise, imagemanagement, business, externalenvironment,
internalenvironment.