

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту організацій

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

«Управління іміджем підприємства ресторанного бізнесу»

Виконавець

студент факультету менеджменту обліку та
інформаційних технологій

Таран Оксана Олегівна

(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/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність. Імідж підприємства ресторанного бізнесу є важливим нематеріальним активом, який безпосередньо впливає на рівень довіри, лояльність споживачів і конкурентоспроможність на ринку. У сучасних умовах високої конкуренції та змін споживчих очікувань формування та управління позитивним іміджем стає ключовим фактором успішної діяльності. Від того, як споживачі сприймають бренд, залежить їхня готовність обирати саме цей заклад, повертатися знову та рекомендувати іншим. Системне управління іміджем дозволяє підприємству вибудовувати довгострокові відносини з клієнтами, зміцнювати репутацію та підвищувати ринкову позицію. Це, своєю чергою, позитивно впливає на фінансові результати та стійкість бізнесу. Саме тому питання ефективного управління іміджем є надзвичайно актуальним і потребує глибокого дослідження.

Метою роботи є дослідження теоретичних та практичних основ управління іміджем та застосування отриманих знань при розробці заходів з підвищення рівня іміджу підприємства ресторанного бізнесу.

Відповідно до мети в роботі поставлені та вирішені такі **завдання**:

1. Дослідити теоретичні основи управління іміджем
2. Надати загальну характеристику та провести аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «ОКТОПУС ЛПД»
3. Розробити заходи з управління іміджем ТОВ «ОКТОПУС ЛПД»;
4. Провести оцінювання ефективності запропонованих заходів

Об'єкт дослідження роботи – ТОВ «ОКТОПУС ЛПД».

Предметом дослідження є процес управління іміджем підприємства.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої в роботі мети були використані сучасні загальнонаукові та спеціальні методи: фінансового аналізу - для оцінки фінансового стану підприємства, статистичного аналізу – для дослідження тенденції розвитку ринку, EFAS-аналіз – для оцінювання зовнішнього середовища підприємства, експертний метод – для оцінювання рівня іміджу підприємства.

У роботі запропоновано програму заходів, що полягають у стандартизації операційної діяльності та запровадженні SOP-процедур направлених на підвищення рівня іміджу підприємства ресторанного бізнесу.

Інформаційну базу дослідження склали звітність ТОВ «ОКТОПУС ЛПД», 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.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Теоритичні засади управління іміджем підприємства**» розглянуто сутність іміджу підприємства: теоретичні засади, методи оцінювання іміджу підприємства, формування іміджу на засадах клієнторієнтованого підходу

У другому розділі «**Розробка заходів з управління іміджем ТОВ «ОКТОПУС ЛЛП»**», проведено аналіз тенденцій розвитку ринку ресторанних послуг, надано загальну характеристику та проведено аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Октопус ЛЛП», проведено оцінювання та управління іміджу ТОВ «Октопус ЛЛП»

ВИСНОВКИ

1. Результати EFAS-аналізу свідчать про переважання негативних факторів зовнішнього середовища над позитивними для діяльності підприємств ресторанного сектора. Зокрема, загальний рівень впливу можливостей становить 2,85 бала, тоді як загрози отримали оцінку 3,74 бала. Сумарне значення інтегрального показника дорівнює $-0,89$, що свідчить про несприятливий загальний вплив макросередовища. До ключових можливостей відносяться розвиток доставки їжі, цифровізація та державна підтримка малого бізнесу, які можуть стати основою для стратегічного зростання. Основними загрозами виступають зростання цін, висока конкуренція, нестабільність економіки та кадровий дефіцит.

2. За результатами оцінювання іміджу ТОВ «Октопус ЛЛП» було встановлено, що інтегральний показник іміджу ТОВ «Октопус ЛЛП» становить 47,73 балів із максимально можливих 70, що свідчить про середній рівень іміджу, та вказує на необхідність певних удосконалень. Підприємство поступається конкурентам у таких позиціях, як інноваційність сервісу та технологічна підтримка обслуговування, а також індивідуалізація сервісу та оперативність обслуговування. Доведено, що з метою покращення іміджу досліджуваного підприємства необхідно розробити заходи з усунення визначених недоліків.

3. Розроблено заходи з управління іміджем підприємства на засадах клієнтоорієнтованості, що полягають у запровадженні стандартних процедур обслуговування (SOP). SOP-процедури чітко регламентують кожен етап взаємодії персоналу з гостем — від прийому замовлення до подачі страви. Завдяки цьому мінімізуються затримки та хаотичність дій, що значно скорочує час обслуговування та підвищує задоволеність клієнтів. У рамках SOP можуть бути інтегровані інструкції щодо використання цифрових інструментів (наприклад, мобільних POS-систем, електронних меню, CRM-систем). Це дозволяє стандартизувати цифрову взаємодію з клієнтами та зробити її більш ефективною, знижуючи ймовірність технічних збоїв або людських помилок.

4. Досліджено процес формування та запровадження SOP у ресторанному бізнесі. Визначено операції процесу (визначення мети SOP, аналіз посадових обов'язків, створення детального опису, уніфікація стандартів, тестування SOP, навчання персоналу) та з метою формалізації процесу побудовано декомпозиційну діаграму унотації IDF0, де відображено логічні взаємозв'язки між операціями процесу, конкретизовано входи та виходи, регламентуючі умови та необхідні ресурси на кожному етапі.

5. Побудовано модель стандартних процедур адміністратора в нотації Cross Functional Flow Chart. Модель відображає логіку дій адміністратора у межах кількох функціональних зон відповідальності: управління залом, управління персоналом, взаємодія з кухнею, зовнішні контакти, документація/звітність. На основі побудованої моделі сформовано Чек-лист моніторингу посадових процедур адміністратора, що дозволяє відмітити ступінь виконання посадових обов'язків та необхідних дій для забезпечення високої якості обслуговування у закладі у контексті реалізації клієнтоорієнтованого підходу.

6. За результатами економічних розрахунків встановлено, що впровадження програми заходів із формування та реалізації SOP в ТОВ «Октопус ЛЛП» є економічно доцільним та ефективним. З урахуванням витрат у розмірі 90, 625 тис.грн та очікуваного прибутку -150, 000 тис. грн, ROI становить близько 65,5%, що означає, що на кожную інвестовану гривню компанія отримала понад 65 копійок прибутку.

7. Доведено, що реалізація комплексу заходів з управління іміджем підприємства, включаючи стандартизацію операційної діяльності, сприятиме зростанню ключових показників іміджу ТОВ «Октопус ЛЛП». Очікуване зростання інтегрального показника іміджу становитиме 2,62 бали (з 47,73 до 50,35 бали).

АНОТАЦІЯ

Таран О.О., **«Управління іміджем підприємства ресторанного бізнесу»**

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

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2025.

У роботі розглядаються теоретичні та практичні основи управління іміджем та застосування отриманих знань при розробці заходів з підвищення рівня іміджу підприємства ресторанного бізнесу.

Надана загальна характеристика та проведено аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «ОКТОПУС ЛЛП».

Розроблено заходи з управління іміджем ТОВ «ОКТОПУС ЛЛП» та проведено оцінювання ефективності запропонованих заходів.

Ключові слова: імідж підприємства, управління, ефективність, ресторанний бізнес.

ANNOTATION

Taran O.O., **"Image management of the restaurant business enterprise"**

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 073 "Management"

Odesa National University of Economics. – Odessa, 2025.

The paper considers the theoretical and practical foundations of image management and application of the acquired knowledge in the development of measures to improve the image of the restaurant business enterprise.

A general characterization and analysis of the financial and economic activities of OKTOPUS LLP LLC is provided.

Measures for managing the image of OKTOPUS LLP LLC have been developed and the effectiveness of the proposed measures has been evaluated.

Keywords: enterprise image, management, efficiency.