

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА

на тему

***«Запровадження практики соціально
відповідального ведення бізнесу
на підприємстві»***

**Виконав: здобувач 4 курсу,
групи ПТБкл-20
Спеціальності 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
Ющенко Артем Сергійович
Керівник: Смачило В.В., д.е.н.,
професор**

**м. Дніпро
2024**

АНОТАЦІЯ

Ющенко А.С. Запровадження практики соціально відповідального ведення бізнесу на підприємстві.

У роботі розглянуто теоретичні та методологічні основи управління іміджем підприємства. Вивчено сутність поняття іміджу підприємства як довгострокової конкурентної переваги. Представлено основні складові системи управління іміджем підприємства та способи його використання. Систематизовано методичні підходи до впровадження системи управління іміджем підприємства.

Досліджено основні аспекти управління іміджем підприємства на прикладі ТОВ «КРОППЕРС ГРУП». Проведено економічний та маркетинговий аналіз основних показників підприємства. Здійснено оцінку впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на формування корпоративного іміджу ТОВ «Кропперс Груп» .

Розглянуто модель формування іміджу ТОВ «Кропперс Груп». Розроблено заходи оптимізації формування іміджу підприємства.

Ключові слова: торговельний центр, управління іміджем, цільова аудиторія, бренд, оренда, просування компанії, інструменти продажу.

SUMMARY

Yushchenko A.S. Implementation of socially responsible business practices at the enterprise.

The paper examines the theoretical and methodological foundations of enterprise image management. The essence of the concept of the image of the enterprise as a long-term competitive advantage has been studied. The main components of the enterprise image management system and methods of its use are presented. Systematized methodical approaches to the implementation of the enterprise image management system.

The main aspects of image management of the company were studied using the example of "CROPPERS GROUP" LLC. An economic and marketing analysis of the main indicators of the enterprise was carried out. An assessment of the influence of internal and external environmental factors on the formation of the corporate image of "Croppers Group" LLC was carried out.

The image formation model of "Croppers Group" LLC is considered. Measures have been developed to optimize the formation of the company's image.

Keywords: shopping center, image management, target audience, brand, rent, company promotion, sales tools.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ ПІДПРИЄМСТВА ТА СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ	9
1.1 Роль соціально відповідального ведення бізнесу в формуванні іміджу підприємства	
1.2 Сутність поняття іміджу підприємства	9
1.3 Основні складові системи управління іміджем підприємства та способи його використання	15
1.4 Формування та впровадження системи управління іміджем підприємства	22
РОЗДІЛ 2. УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «КРОППЕРС ГРУП»	30
2.1. Економічний та маркетинговий аналіз основних показників ТОВ «Кропперс Груп»	30
2.2. Оцінка впливу факторів внутрішнього середовища на формування корпоративного іміджу ТОВ «Кропперс Груп»	37
2.3. Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на формування корпоративного іміджу ТОВ «Кропперс Груп»	41
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ ТОВ «КРОППЕРС ГРУП»	48
3.1. Модель формування іміджу ТОВ «Кропперс Груп»	48
3.2. Заходи оптимізації формування іміджу ТОВ «Кропперс Груп»	54
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	64
ДОДАТКИ	69