

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки

Факультет менеджменту

Кафедра менеджменту

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра

студентки Ананіч Анни Георгіївни

академічної групи 073-20-5

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Обґрунтування управлінських рішень у сфері інноваційного менеджменту в управлінні брендом (за матеріалами ТОВ «Лореаль Україна»)

Керівник кваліфікаційної роботи	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
	Варяниченко О.В.			
Рецензент				
Нормоконтролер	Варяниченко О.В.			

Дніпро
2024

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри менеджменту

_____ Швець В.Я.

(підпис)

« 20 » травня 2024 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня бакалавра

студентці Ананіч А.Г. академічної групи 073-20-5

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Обґрунтування управлінських рішень у сфері інноваційного менеджменту в управлінні брендом (за матеріалами ТОВ «Лореаль Україна»)

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від _____ 2024 р. № ____

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретичний	Теоретичні основи інноваційного менеджменту в управлінні брендом	20.05.2024 р. – 28.05.2024 р.
Аналітичний	Аналіз діяльності ТОВ «Лореаль Україна»	29.05.2024 р. – 10.05.2024 р.
Рекомендаційний	Обґрунтування управлінських рішень для ТОВ «Лореаль Україна»	11.05.2024 р.– 20.06.2024 р.

Завдання видано

_____ (підпис керівника)

Варяниченко О.В.

Дата видачі « 20 » травня 2024 року

Дата подання до екзаменаційної комісії « 21 » червня 2024 року

Прийнято до виконання

_____ (підпис студента)

Ананіч А.Г.

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи бакалавра
студентки групи 073-20-5
НТУ «Дніпровська політехніка»
Ананіч Анни Георгіївни

на тему: Обґрунтування управлінських рішень у сфері інноваційного менеджменту в управлінні брендом (за матеріалами ТОВ «Лореаль Україна»)

**БРЕНД, ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ, ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЄКТ,
КОСМЕТИЧНА ІНДУСТРІЯ, ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ, ЧАТ-БОТ**

Структура роботи: 71 сторінок комп'ютерного тексту; 19 рисунків; 25 таблиць; 34 джерела посилання.

Об'єкт розроблення – інноваційний менеджмент в управлінні брендом.

Мета роботи – теоретичне обґрунтування та розробка рішень у сфері інноваційного менеджменту в управлінні брендом.

Основні результати кваліфікаційної роботи бакалавра полягають у такому: розглянуто теоретичні основи інноваційного менеджменту та управління брендом; проаналізовано діяльність ТОВ «Лореаль Україна»; обґрунтовано ефективність рішень у сфері інноваційного менеджменту в управлінні брендом для ТОВ «Лореаль Україна»; визначено ефективність запропонованого проєкту для ТОВ «Лореаль Україна» та вплив на управління брендом.

Методи дослідження – аналізу і синтезу, економічного аналізу, статистичного аналізу, SWOT-аналізу, PEST-аналізу, експертних оцінок, проєктний підхід, порівняння, узагальнення.

Результати кваліфікаційної роботи бакалавра рекомендовано для використання підприємствами косметичної індустрії.

Сфера застосування – планування інноваційної діяльності підприємства та управління брендом.

Економічна ефективність запропонованих заходів – збільшення чистого прибутку на 84556 тис. грн., тобто на 9,2%.

Значимість роботи – економічно обґрунтовано впровадження додатку з чат-ботом, що спрямовано на підвищення ефективності діяльності компанії та її бренду, збільшенню обсягів продажів, поліпшення обслуговування клієнтів, розширення доступності до продукту і залучення нових клієнтів та демонструватиме здатність компанії впроваджувати сучасні технології й підтримувати інноваційний підхід до обслуговування клієнтів.

ABSTRACT

of qualification paper for the Bachelor's degree
by the student of the academic group 073-20-5
Dnipro University of Technology
Ananich Anna

Title: Substantiation of managerial decisions in the field of innovation management in brand management
(based on the materials of "Loreal Ukraine" LLC)

**BRAND, INNOVATION MANAGEMENT, INNOVATION PROJECT,
COSMETICS INDUSTRY, CUSTOMER SERVICE, CHATBOT**

Thesis's structure: 71 printed pages; 19 figures; 25 tables; 34 references.

Object of development – innovation management in brand management The aim of the paper – theoretical justification and development of solutions in the field of innovation management in brand management.

The main findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are as follows: the theoretical foundations of innovation management and brand management; the activity of "Loreal Ukraine" LLC was analyzed; the effectiveness of decisions in the field of innovation management in brand management for "Loreal Ukraine" LLC were justified; the effectiveness of the proposed project for "Loreal Ukraine" LLC and the impact on brand management was determined.

Research methods – analysis and synthesis, economic analysis, statistical analysis, SWOT-analysis, PEST-analysis, expert assessments, project approach, comparison, generalization.

The findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are recommended for use by enterprises the cosmetics industry.

Application – planning of innovative activities of the enterprise and brand management.

Financial viability of the proposed measures – an increase in the company's net profit by UAH 84556 thousand, i.e. by 9.2%.

The value of the research – the implementation of a chatbot application is economically justified, which is aimed at increasing the efficiency of the company and its brand, increasing sales, improving customer service, expanding product availability and attracting new customers and demonstrating the company's ability to implement modern technologies and maintain an innovative approach to customer service.

ЗМІСТ

	С.
Вступ.....	4
1 Теоретичні основи інноваційного менеджменту в управлінні брендом.....	7
1.1 Сутність інноваційного менеджменту.....	7
1.2 Управління брендом.....	13
1.3 Аналіз інноваційних підходів до ефективного розвитку організацій...	20
2 Аналіз діяльності ТОВ «Лореаль Україна».....	25
2.1 Характеристика ТОВ «Лореаль Україна» як відкритої системи.....	25
2.2 Аналіз основних показників фінансової діяльності ТОВ «Лореаль Україна».....	29
2.3 Оцінка конкурентоспроможності ТОВ «Лореаль Україна» за методом конкурентних переваг Портера.....	37
2.4 Аналіз внутрішнього середовища підприємства.....	39
2.4.1 Матриця БКГ для ТОВ «Лореаль Україна».....	39
2.4.2 Метод оцінки конкурентоспроможності, що пов'язаний з якістю продукції.....	43
2.4.3 Метод оцінки конкурентоспроможності, що заснований на теорії ефективності.....	45
2.5 Аналіз зовнішнього середовища підприємства.....	47
2.5.1 PEST-аналіз ТОВ «Лореаль Україна».....	47
2.5.2 SWOT-аналіз ТОВ «Лореаль Україна».....	50
2.6 Оцінка вартості бренду L'Oréal.....	52
3 Обґрунтування управлінських рішень для ТОВ «Лореаль Україна».....	55
3.1 Опис можливостей запропонованого LU-боту для підвищення ефективності діяльності ТОВ «Лореаль Україна».....	55
3.2 Обґрунтування ефективності впровадження та реалізації інноваційного проєкту.....	57
3.3 Підвищення ефективності управління брендом ТОВ «Лореаль Україна».....	65
Висновки.....	68
Перелік джерел посилання.....	72
Додаток А Фінансова звітність ТОВ «Лореаль Україна».....	77
Додаток Б Тези доповіді	80