

УД(0)422

К78

Н. С. КРАСНОКУТЬСЬКА, О. А. ТОВМА

УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ РЕПУТАЦІЄЮ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Монографія



2016 -Харків

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

Н. С. КРАСНОКУТСЬКА, О. А. ТОВМА

**УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ РЕПУТАЦІЄЮ
ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Монографія



УДК 65.012.32

ББК 65.422-13

К78

Рецензенти:

І. М. Репіна - доктор економічних наук, професор, заступник завідувача кафедри економіки підприємств з наукової роботи ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

В. А. Гросул - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та управління Харківського державного університету харчування та торгівлі

*Рекомендовано до друку вченою радою Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»
(протокол № 2 від 04 листопада 2016 р.)*

Краснокутська Н. С., Товма О. А.

К78 Управління діловою репутацією торговельного підприємства: монографія / Н. С. Краснокутська, О. А. Товма – Х. : Видавець Іванченко І. С., 2016. – 197 с.

ISBN 978-617-7377-36-7.

У монографії систематизовано накопичений досвід та наведено теоретичне узагальнення щодо управління діловою репутацією торговельних підприємств, розроблено та удосконалено науково-методичні підходи до кількісної оцінки ділової репутації торговельного підприємства, оцінки ефективності заходів з посилення автентичності торговельного підприємства для розвитку його ділової репутації, обґрунтування змісту, основних підходів і етапів факторно-операційного підходу до управління діловою репутацією підприємств торгівлі з метою підвищення її рівня.

Рекомендовано для викладачів, аспірантів, фахівців сфери економіки підприємства, а також усіх, хто цікавиться проблематикою управління діловою репутацією торговельного підприємства.

УДК 65.012.32

ББК 65.422-13

© Краснокутська Н. С., Товма О. А., 2016

© Національний технічний університет «ХПІ», 2016

ISBN 978-617-7377-36-7

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА РЕПУТАЦІЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ.....	6
1.1. Характеристика ділової репутації підприємства в системі понять репуаційного менеджменту.....	6
1.2. Основні компоненти ділової репутації торговельного підприємства.....	15
РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ РЕПУТАЦІЄЮ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	31
2.1. Концептуальні засади управління діловою репутацією торговельного підприємства.....	31
2.2. Зміст і методи оцінки в системі управління діловою репутацією підприємств торгівлі.....	38
РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ПЕРЕДУМОВА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЩОДО ЇЇ РОЗВИТКУ.....	51
3.1. Вплив методів оцінки на вартість ділової репутації торговельного підприємства.....	51
3.2. Якісна оцінки ділової репутації торговельних підприємств.....	67
РОЗДІЛ 4. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ РЕПУТАЦІЄЮ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	93
4.1. Факторно-операційний підхід до управління діловою репутацією торговельного підприємства.....	93
4.2. Заходи із розвитку ділової репутації торговельного підприємства.....	101
4.3. Автентичність торговельного підприємства як основа розвитку його ділової репутації.....	122
ВИСНОВКИ.....	131
ЛІТЕРАТУРА.....	134
ДОДАТКИ.....	147