

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Кафедра менеджменту**

**РЕФЕРАТ**

**кваліфікаційної роботи**

**на здобуття освітнього ступеня магістра**

**зі спеціальності 073 "Менеджмент"**

**за магістерською програмою професійного спрямування**

**"Менеджмент організацій"**

**на тему: «Формування конкурентних переваг торгівельного підприємства»**

**Виконавець:**

студент 61 групи факультету ФЕУП

Буданцев Валерій Костянтинович

(прізвище, ім'я, по батькові) \_\_\_\_\_

/підпис/

**Науковий керівник:**

*к.э.н, профессор*

(науковий ступінь, вчене звання)

Кравченко Віра Олексіївна \_\_\_\_\_

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ОДЕСА – 2019

## АНОТАЦІЯ

випускної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавра

**Буданцева Валерія Константиновича**

*«Формування конкурентних переваг торговельного підприємства»*

**ОНЕУ, 2019 рік**

Випускна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, додатків, списку літератури.

*Актуальність дипломної роботи* полягає в аналізі та виявленні основних причин кокурентних переваг підприємства та розробка шляхів їх підвищення. Одне із центральних місць займає прогресивна організаційно-технологічна і соціальноекономічна база підприємства, вміння аналізувати та своєчасно здійснювати заходи щодо укріплення конкурентних переваг.

*Мета дослідження* - на основі теоретичного та практичного матеріалу розглянути й охарактеризувати основні аспекти підвищення конкурентоспроможності торговельного підприємства, їх необхідність та ефективність, а також розробити ефективну систему заходів з підвищення конкурентних переваг.

*Об'єкт дослідження* – функціонування роздрібногo торговельного підприємства ООО «ТАВРІЯ В» в умовах жорсткої конкуренції на Українському ринку.

*Предмет дослідження* - теоретичні та методологічні засади визначення конкурентоспроможності.

*Новизна представленої роботи* полягає в розробці заходів з підвищення рівня конкурентоспроможності та формування ефективних заходів.

*Методи дослідження*, які застосовувались в роботі: теоретичного узагальнення, класифікації, аналізу та синтезу, соціологічні дослідження – опитування, групування, анкетування, інтерв'ювання, економіко-статистичні.

За результатами дослідження сформульовані заходи підвищення конкурентоспроможності. Розраховано економічну ефективність та надано соціальну ефективність від впровадження запропонованих заходів.

*Ключові слова:* конкурентні переваги, торговельне підприємство, роздрібна торгівля, ефективність підприємства, конкурентоспроможність підприємства.

## SUMMARY

qualification work for obtaining bachelor's degree

*Budamtsev Valeriy Kostyantynovich*

*"Formation of competitive advantages of a trading company"*

**ONEU, 2019**

The qualification work consists of an introduction, three chapters, conclusions, appendixes, a list of literature.

**The actuality** is to analyze and identify the main causes of entrepreneurial competitive advantages and to develop ways to increase them. One of the central places is the progressive organizational, technological and socio-economic base of the enterprise, the ability to analyze and timely implement measures to strengthen competitive advantage.

**The purpose** to consider and characterize the basic aspects of increasing the competitiveness of a trading enterprise, their necessity and efficiency on the basis of theoretical and practical material, as well as to develop an effective system of measures to increase competitive advantages.

**Object of research** - functioning of the retail trade enterprise «TAVRIA V» in the conditions of fierce competition in the Ukrainian market.

**Subject of research** - theoretical and methodological principles of determination of staff turnover.

**The novelty** of the presented work is to develop measures to increase the level of competitiveness and the formation of effective measures.

**Methods of research** used in the work: theoretical generalization, classification, analysis and synthesis, sociological research - surveys, grouping, questionnaires, interviews, economic and statistical.

According to the results of the research, the measures of increase of competitiveness are formulated. Cost-effectiveness was calculated and social efficiency provided from the implementation of the proposed measures.

**Key words:** competitive advantages, trade enterprise, retail trade, enterprise efficiency, enterprise

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми дослідження.** Розуміння конкурентоспроможності підприємства трактується фахівцями по різному. Визначений авторитет в галузі конкуренції М.Портер, висновки якого обґрунтовуються на результатах багатьох досліджень досягнення і збереження конкурентної переваги, вважає, що фірми попереджають своїх суперників, якщо мають міцну конкурентну перевагу. В країнах з ринковою економікою конкурентоспроможність підприємства є результатом переплетіння факторів, породженим об'єктивним розвитком продуктивних сил і відображаючих результати політики великих монополій в боротьбі за якість, ринки збуту і отримання прибутку.

Дослідження конкурентоспроможності підприємства в умовах економічної ситуації, яка склалась в Україні, дає змогу розглядати її як комплексну характеристику потенціальних можливостей забезпечення конкурентних переваг в перспективі, яка доступна для огляду (10 - 15 років). Джерелами конкурентних переваг є прогресивна організаційно-технологічна і соціально-економічна база підприємства, вміння аналізувати та своєчасно здійснювати заходи щодо укріплення конкурентних переваг. Останнє слід відзначити особливо, тому що аналіз та оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства необхідні на всіх ступенях позавиробничого процесу.

З вищесказаного можна зробити висновок про те, що проблема підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства є актуальним питанням, вирішенню якого і присвячується дана робота.

**Ціллю** дипломного дослідження є розробка заходів щодо формування конкурентних переваг торговельного підприємства ООО «Таврія В». Для досягнення зазначеної мети в роботі були поставлені і вирішені наступні завдання:

- аналіз теоретичних засад конкурентоспроможності;
- надана характеристика факторів забезпечення та підвищення конкурентоспроможності організації;
- визначена фінансово-господарська діяльність ООО «Таврія В»;
- виявлені конкурентні переваги торговельного підприємства;
- оцінена конкурентоспроможність ООО «Таврія В»;
- економічно обгрунтовано систему заходів щодо підвищення конкурентоспроможності ООО «Таврія В» .

**Практична частина** дослідження була виконана на матеріалах господарської діяльності ООО «Таврія В», яке спеціалізується на роздрібній торгівлі.

**Наукова новизна** одержаних результатів полягає в удосконаленні й подальшому розвитку методичних підходів до формування конкурентних переваг ООО «Таврія В».

**Інформаційну базу** дослідження становили закони та нормативні акти України, офіційні матеріали Державної служби статистики, наукові публікації та монографії вітчизняних та закордонних вчених, матеріалами

періодичних видань, наукових конференцій з питань стратегічного управління персоналом, методична література кафедри менеджменту організацій та зовнішньоекономічної діяльності, фінансова та статистична звітність ООО «Таврія В», результати експертних опитувань, ресурси мережі Інтернет.

**Методи дослідження.** До методів дослідження, які використовувалися під час написання кваліфікаційної роботи, належать: фінансовий та економічний аналізи, статистичні методи порівняння та групування, схематичні та графічні методи. Для обробки статистичної інформації, створення таблиць, графіків та діаграм було використано програму Microsoft Office Excel.

**Практичне значення** одержаних результатів полягає в тому, що використання розроблених концептуальних положень щодо формування конкурентоспроможності торговельного підприємства, отриманих в дипломній роботі, можуть бути використані ООО «Таврія В» з метою удосконалення конкурентоспроможності та підвищенню ефективності діяльності підприємства ООО «Таврія В».

Отримані напрацювання є актуальними для більшості торговельних підприємств України.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення і результати дослідження були оприлюднені та схвалені на підсумковій студентській конференції. Основні положення і результати дослідження викладені в наступних публікаціях: Кравченко В.О., Буданцев В.К. "Формування конкурентних переваг торговельного підприємства с156.4 міжнародна науково-практична конференція 20-21 червня. м.Одеса 2019."

**Структура і обсяг роботи.** Дипломна магістерська робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи - 75 сторінок, вона містить: рисунків—8; таблиця —20.

## **ВИСНОВКИ**

Процес розвитку підприємства на сучасному конкурентному ринку спрямований на формування потенціалу - сукупності ресурсів підприємства, які використовуються для вирішення завдань, які підприємство здатне виконати з результатом, прийнятним для целеполагаючого суб'єкта або організації. Використання потенціалу та створених конкурентних переваг направлено на досягнення результатів у відповідності з поставленими завданнями (цілями) в процесі діяльності. Аналіз діяльності і особливостей функціонування роздрібних торгових підприємств, у тому числі і ТОВ «Таврія В» нерозривно пов'язаний з аналізом конкурентного середовища, в якому це підприємство діє.

Компанія «Таврія В» була створена в Одесі в 1992 році. Спочатку компанія розвивалася за допомогою «малих форм» ритейлу - ларьків (або «батискафів») і павільйонів, які торгують продуктами харчування. А в 1998 році «Таврія В» почала перекладати свої активи в модернізацію колишніх радянських універмагів. Так з'явилися супермаркети «Таврія В» на вул. Королева, Рекордній і Варненський.

На даний момент підприємству не доцільно виходити на зовнішній ринок, так як основна ціль це монополізувати ринок, але підприємство займається напрямком “Власний Імпорт”, основна ціль якого це закупка ексклюзивних продуктів, у яких ціна/якість співвідносна чи перевершує наші товари.

Аналіз показав добре фінансово-економічне становище підприємства. Підприємство є рентабельним, фінансово стійким, платежездатним та ліквідним.

Основним напрямком підвищення конкурентноспроможності «Таврія В» є покращення рівня обслуговування, зміцнення позицій на ринку в напрямку облаштування роздрібною мережі, а також збільшення числа промоушн-акцій з просування різних товарів, в першу чергу дегустації різних продовольчих продуктів. В свою чергу, збільшення кількості магазинів здатне збільшити рівень лояльності покупців, їх прихильність до власних марок та власного імпорту.

У той же час, необхідно пам'ятати, що при розкручуванні супермаркетів, які перебувають в спальних районах, головна мета - залучити й утримати покупців не стільки рекламою, скільки широким і глибоким асортиментом, доступними цінами, менеджментом, чистотою, гарантованою якістю товарів, додатковими послугами.

На даний момент підприємству не доцільно виходити на зовнішній ринок, так як основна ціль це монополізувати ринок, але підприємство займається напрямком “Власний Імпорт”, основна ціль якого це закупка ексклюзивних продуктів, у яких ціна/якість співвідносна чи перевершує наші товари.

Зовнішні конкурентні переваги ґрунтуються на специфічних властивостях товару, які створюють цінність для покупців за рахунок скорочення витрат, підвищення ефективності. Зовнішні конкурентні переваги збільшують “ринкову силу” фірми. Вона може продавати товари дорожче, чим її конкуренти, які не забезпечують необхідного рівня якості.