

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

Кафедра менеджменту організацій

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 073 «Менеджмент»
за магістерською програмою професійного спрямування
«Менеджмент організацій»

на тему: «Реалізація конкурентної стратегії підприємства приладобудування»
на засадах BSC»

Виконавець:

студент факультету менеджменту, обліку та
інформаційних технологій

Мельник Вікторія Олегівна

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н, доцент

Карпенко Юлія Валентинівна

/підпис/

ОДЕСА – 2020

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. В сучасних умовах, що супроводжуються загостренням конкуренції та посиленням кризових явищ в окремих галузях, важливим завданням будь-якого підприємства є збереження конкурентної позиції, а також досягнення конкурентних переваг. Це змушує суб'єктів господарювання більш зважено відноситися до формування та вибору конкурентної стратегії, застосовувати сучасні інструменти її реалізації. Не є виключенням і вітчизняні підприємства приладобудування. На фоні підвищення споживацьких вимог вони вимушені удосконалювати вже існуючі на ринку продукти, шукати шляхи зниження витрат та відкривати виробництва якісно нових продуктів, відвойовуючи частину, насамперед, внутрішнього ринку.

Метою кваліфікаційної роботи є теоретичне дослідження основ формування та реалізації конкурентної стратегії діяльності підприємства та практичне застосування отриманих теоретичних знань у реалізації конкурентної стратегії ТОВ «Телекомунікаційні технології»

Для дослідження поставленої мети необхідно вирішити наступні *завдання*:

1. дослідити основні підходи до тлумачення поняття "конкурентна стратегія підприємства";
2. проаналізувати галузь приладобудування України з використанням методу п'яти конкурентних сил М. Портера;
3. розробити заходи з реалізації конкурентної стратегії ТОВ «Телекомунікаційні технології».

Об'єктом дослідження є ТОВ «Телекомунікаційні технології».

Предметом дослідження є процес розробки та реалізації конкурентної стратегії діяльності підприємства.

Методи дослідження: У процесі дослідження було використано *методи*: метод групування (для систематизації визначень терміну «конкурентна стратегія підприємства»); метод п'яти конкурентних сил Майкла Портера (для аналізу галузі приладобудування України); методи аналізу фінансової звітності (для аналізу фінансового стану підприємства), концепцію збалансованої системи показників Р.С. Каплана та Д.П. Нортон (для розробки системи BSC ТОВ «Телекомунікаційні технології»), модель із ступінчастою ціною - price-break models (для визначення розміру замовлення компонентів продукції).

Наукова новизна одержаних результатів: формалізовано процес замовлення компонентів продукції за моделлю із ступінчастою ціною (price-break models) шляхом побудови інформограми процесу.

Інформаційну базу дослідження склали звітні документи ТОВ "Телекомунікаційні технології", монографії та періодичні видання вітчизняних та зарубіжних авторів, а також Інтернет-видання.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (52 найменування). Загальний обсяг роботи становить 84 сторінки. Основний зміст викладено на 78 сторінках. Робота містить 24 таблиці, 9 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано тези:

Мельник В. О., Карпенко Ю. В. Основні інструменти реалізації конкурентної стратегії підприємства. – Актуальні проблеми менеджменту: матеріали студентської конференції, листопад 2020 р. – Харків, ТОВ ПромАрт, 2020. – 90 с. (С. 49-54)

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні основи формування конкурентної стратегії підприємства»* досліджено основні наукові підходи до дефініції «конкурентна стратегія», вивчено процес формування конкурентної стратегії підприємства, а також розглянуто основні концептуальні підходи до переводу стратегії в дії

У другому розділі *«Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища ТОВ «Телекомунікаційні технології»* проведено аналіз ринку приладобудування України з використанням методу п'яти конкурентних сил М. Портера, проаналізовано фінансовий стан ТОВ *«Телекомунікаційні технології»* та оцінено його конкурентоспроможність.

У третьому розділі *«Формування та реалізація конкурентної стратегії ТОВ «Телекомунікаційні технології»* сформовано систему збалансованих показників ТОВ "Телекомунікаційні технології", розроблено заходи з реалізації його конкурентної стратегії та оцінено вплив запропонованих заходів на рівень конкурентоспроможності підприємства.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження зроблено наступні висновки:

На нашу думку, більш об'єктивним є визначення конкурентної стратегії підприємства як напрямку розвитку організації, який забезпечить їй формування стійких конкурентних переваг. По суті конкурентна стратегія і дозволяє на підставі певних конкурентних переваг здобути бажану конкурентну позицію за рахунок більш кращого за суперників задоволення потреб споживачів. Оскільки конкурентні переваги формуються в розрізі товарної номенклатури, географічного розміщення та, навіть окремого конкурента, справедливим є твердження, що конкурентна стратегія розроблюється для окремої сфери діяльності підприємства. Проте розробка для певної сфери діяльності не є визначальним підґрунтям для формування конкурентної стратегії.

За результатами аналізу галузі приладобудування України за методом п'яти конкурентних сил М. Портера найбільш впливовою силою є сила діючих конкурентів, що вимагатиме розробки ефективної конкурентної стратегії, спрямованої на створення та підтримку конкурентних переваг, а також на реалізацію відповідних заходів.

На засадах збалансованої системи показників, було заплановано реалізацію комплексу заходів, запропонованих на реалізацію конкурентної стратегії розвитку підприємства на засадах BSC. Запропоновані заходи щодо відкриття власного виробництва пластмаси (цеху лиття пластмаси) та використання моделі із

ступінчатою ціною для замовлення запчастин для лічильників дозволять підтримати конкурентну перевагу "лідирів у витратах" за рахунок зниження собівартості лічильників, а також зменшення загальних витрат на створення запасів.

За результатами досліджень було запропоновано інформограму процесу замовлення запчастин за моделлю із ступінчатою ціною (price-break models), яка дозволяє визначати інструкції та методи перетворення вхідної інформації на вихідну за операціями, а також сформувати перелік цієї інформації. У процесі розрахунків ми додержувалися певної послідовності операцій, а саме: розрахунок оптимальної партії замовлення; відбір варіантів партії замовлень, не сприйнятних за ціною; визначення загальних витрат на створення запасів; встановлення найкращого варіанта оптимальної партії замовлення

Після проведених розрахунків стало зрозуміло, що запропонований комплекс заходів дозволить повною мірою виконати заплановані цільові показники, а отже досягти намічених цілей.

АНОТАЦІЯ

Мельник В.О., «Реалізація конкурентної стратегії підприємства приладобудування на засадах BSC».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 073 «Менеджмент» за магістерською програмою професійного спрямування «Менеджмент організацій».

Одеський національний економічний університет - м. Одеса, 2020 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – ТОВ "Телекомунікаційні технології».

У роботі досліджено основні підходи до вивчення дефініції "конкурентна стратегія" та вивчено процес формування конкурентної стратегії підприємства. Проаналізовано ринок приладобудування України з використанням методу п'яти конкурентних сил М. Портера. Сформовано збалансовану систему показників ТОВ «Телекомунікаційні технології» та розроблено заходи з реалізації конкурентної стратегії підприємства.

Ключові слова: конкурентна стратегія, ринок приладобудування, інформограма, збалансована система показників BSC, управління запасами за моделлю із ступінчатою ціною.

ANNOTATION

Melnyk V., "Realization of the competitive strategy of the instrument-making enterprises on the principles of BSC".

Qualifying work for obtaining an educational master's degree in the specialty 073 "Management" in the master's program "Management of Organizations".

Odessa National Economics University - Odessa, 2020

Master's qualification work consists of three sections. Object of research is LLC "Telecommunication technologies»

The master thesis investigates the main approaches to study the definition of "competitive strategy" and studies the process of formation of competitive strategy of the enterprise. Author analyzed the instrument-making market of Ukraine using the method of five competitive forces of M. Porter. Author formed a balanced scorecard of the LLC "Telecommunication technologies» and developed measures to implement the competitive strategy of the enterprise.

Key words: competitive strategy, instrument-making market, informogramma, balanced scorecard (BSC), inventory management according to the price-break models.