

**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: «Формування конкурентної стратегії підприємства на
засадах концепції життєвого циклу продукції»

студентка Центру заочної форми навчання
Легецька Юлія Андріївна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент _____
(науковий ступінь, вчене звання)
Балабаш Ольга Сергіївна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/
/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

В умовах ринкових відносин однією з ключових проблем, від вирішення якої залежить успіх і виживання суб'єктів підприємницької діяльності, є проблема утримання і зміцнення їхніх позицій на ринку. При цьому для вирішення цієї проблеми вирішальне значення має встановлення, підтримка на необхідному рівні і підвищення їх конкурентоспроможності.

Реалізація цих завдань передбачає розробки та впровадження конкурентної стратегії, що підвищує вимоги до рівня кваліфікації фахівців, які повинні володіти методологією і сучасним інструментарієм досліджень в сфері стратегічного управління, що і визначає актуальність теми кваліфікаційної роботи.

Українська економіка дуже чутливо реагує на політичні та економічні процеси, що відбуваються в країні. Велика кількість українських підприємств, які раніше активно діяли на ринку призупинили свою діяльність через війну, яку розпочала Росія на території України, через це дуже важливо зараз як ніколи підтримувати на необхідному рівні і підвищувати конкурентоспроможність підприємств, які залишилися. Правильно організована та обґрунтована конкурентна стратегія допомагає підприємству посилити свої позиції на ринку, що визначає актуальність даного дослідження.

Метою даної роботи є дослідження теретичних та методологічних основ концепції ЖЦП та їх практичне застосування у процесі розробки конкурентної стратегії підприємства.

Відповідно до мети в роботі були поставлені і вирішені наступні завдання:

- розкрити сутність конкурентної стратегії підприємства та її типи;
- надати загальну характеристику та проаналізувати фінансово-господарську діяльність ТОВ «Гормолзавод»;
- визначити ЖЦП ТОВ «Гормолзавод» на основі методики «Polli-Cook»;
- обґрунтувати вибір конкурентної стратегії ТОВ «Гормолзавод» методом SPACE-аналізу;

- розробити заходи з реалізації конкурентної стратегії ТОВ «Гормолзавод» на основі ЖЦП та оцінити ефективність запропонованих заходів.

Об'єкт дослідження - ТОВ «Гормолзавод»

Предмет дослідження - є процес формування конкурентної стратегії підприємства на основі ЖЦП.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої в роботі мети були використані сучасні загальнонаукові та спеціальні методи: абстрактно-логічний (для теоретичних узагальнень та формування висновків); метод п'яти конкурентних сил М.Портера (для аналізу ринку молочної продукції), фінансового аналізу, методика «Polly-Cook» (для визначення етапу ЖЦП), SPACE-аналізу (для визначення конкурентної позиції).

Вихідними даними для дослідження і розробки поставлених задач були наукові статті, монографії, періодичні видання, статистична звітність підприємства, внутрішня документація та регламенти підприємства, що відповідно були оброблені й узагальнені для одержання необхідних висновків і рекомендацій.

Результати, що були отримані в ході виконання кваліфікаційної роботи, можуть бути використані ТОВ «Гормолзавод» для вдосконалення власної конкурентної стратегії

Наукова новизна полягає в удосконаленні методики формування конкурентної стратегії на засадах ЖЦП шляхом поєднання методів Space-аналізу та «Polly-Cook».

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні аспекти формування конкурентної стратегії підприємства на засадах концепції життєвого циклу продукції» досліджено основні наукові підходи до визначення поняття «стратегія розвитку», а також розглянуто класифікацію стратегій.

У другому розділі «Аналіз внутрішнього і зовнішнього середовищ ТОВ «Гормолзавод» надано загальну характеристику та аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Гормолзавод», оцінено його конкурентоспроможність.

У третьому розділі «Розробка заходів з формування конкурентної стратегії ТОВ «Гормолзавод» розроблено рекомендації з формування конкурентної стратегії

на засадах концепції життєвого циклу та проведено оцінювання ефективності запропонованих заходів.

ВИСНОВКИ

З метою дослідження тенденцій розвитку молочної галузі у світі та в Україні проведено дослідження за допомогою моделі «5 сил» М. Портера (*Porter five forces analysis*). Встановлено, що найвпливовішими силами є «загроза з боку постачальників» та «конкуренція у галузі», в свою чергу конкурентні сили «загроза з боку споживачів», «поява товарів-субститутів» та «загроза вторгнення нових гравців» не потребує належної уваги від підприємств. Вітчизняний ринок молочної продукції далекий від насичення й має хороші перспективи до зростання, але за умови зниження впливу виділених факторів, які потребують розробки відповідних управлінських рішень.

З використанням методики SPACE-аналізу оцінено стан ТОВ «Гормолзавод» та його стратегічну позицію за такими напрямками: фінансова сила підприємства з виробництва молочної продукції; конкурентні переваги підприємства з виробництва молочної продукції; привабливість галузі молочної продукції; стабільність відображення підприємства з виробництва молочної продукції. За результатами побудови матриці SPACE було встановлено спрямованість вектору ТОВ «Гормолзавод». у квадрат, що відповідає конкурентній позиції підприємства. Дана позиція характеризується діяльністю підприємства в привабливій галузі у порівняно не стабільному оточенні. Становище підприємства характеризується наявністю виробничих переваг в галузі та є основою для наступальної стратегії.

На основі методики «Polli-Cook» проведемо аналіз життєвого циклу продукції ТОВ «Гормолзавод». Встановлено, що номенклатурні групи йогурти та сир кисломолочний знаходяться на етапі зростання; ряжанка – на стадії насичення; кефір– на стадії зрілості; молоко і сметана знаходяться на етапі спаду. На основі проведених розрахунків побудовано графічну модель життєвого циклу кожного виду продукції ТОВ «Гормолзавод».

На основі визначення стадій життєвого циклу, на яких знаходяться різні продукти ТОВ «Гормолзавод» розроблено рекомендації з формування

конкурентної стратегії підприємства на основі ЖЦТ. Для продуктів другого етапу доцільним є створення нової лінійки овочевих смаків. Для продуктів третього та четвертого етапу – буде піар-кампанія. Для продуктів, що знаходяться на п'ятому етапі - стимулювання збуту.

На основі розроблених рекомендацій – створено програму заходів з формування конкурентної стратегії ТОВ «Гормолзавод» на 2023 рік. Складемо план з реалізації заходів задля формування конкурентної стратегії ТОВ «Гормолзавод».

Проведено оцінювання економічної ефективності розроблених заходів з формування конкурентної стратегії підприємства. Встановлено, що реалізація заходів буде сприяти розвитку підприємства, збільшенню клієнтської бази та зростанню прибутку на 185,4 тис.грн.

АНОТАЦІЯ

Леґецька Ю. А. «Формування конкурентної стратегії підприємства на засадах концепції життєвого циклу продукції»

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 073 "Менеджмент" за магістерською програмою «Менеджмент організацій»,
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2022 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – ТОВ «Гормолзавод».

У роботі розглядаються теоретичні аспекти формування конкурентної стратегії підприємства.

Проаналізовано основні тенденції розвитку ринку молочної продукції підприємств України; оцінено конкурентоспроможність ТОВ «Гормолзавод».

Запропоновано заходи з формування конкурентної стратегії ТОВ «Гормолзавод» на засадах концепції життєвого циклу та проведено оцінювання ефективності запропонованих заходів.

Ключові слова: стратегія, формування стратегії, галузь молочної продукції, програма заходів, життєвий цикл продукції.

ANNOTATION

Lehetska Y., "Formation of the competitive strategy of the enterprise on the basis of the concept of the life cycle of products",

(students surname and initials).

(work title)

thesis for Master degree

in specialty 073 «Management» under the program «Management of Organizations»,

Odessa National Economic University

Odessa, 2022

Thesis consists of three chapters. Object of study - LLC «Hormolzavod».

Diploma thesis deals with theoretical aspects of forming the quality management system of the enterprise.

The main trends in the development of the dairy products market of Ukrainian enterprises were analyzed; evaluated the competitiveness of LLC «***Hormolzavod***».

Measures to form the competitive strategy of LLC «***Hormolzavod***» based on the life cycle concept were proposed and the effectiveness of the proposed measure

Key words: strategy, strategy formation, dairy industry, program of events, product life cycle.