

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту організацій

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 "Менеджмент"

на тему: «Управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства»

Виконавець:
студент факультету менеджменту,
обліку та інформаційних технологій
Протас А. О. _____
/підпис/

Науковий керівник:
викладач
Данильчак А. І. _____
/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми : Управління конкурентоспроможністю сприяє виявленню ключових факторів успіху і розробці стратегії, яка забезпечить стабільність та збільшення прибутковості підприємства. Управління конкурентоспроможністю допомагає адаптуватися до змін, впроваджувати інновації та залучати нових клієнтів, зберігаючи при цьому високу якість продукту або послуги. Методичною основою дослідження виступають наукові здобутки вчених у сфері управління конкурентоспроможності, таких як Антонюк Л., Базилюк Я., Макогон Ю., Макконнел К., Мельник Т., Мешко Н., Орловська Ю., Гришкін В., Поручник А., Будкін В., Самюельсон П., Гальчинський А., Гардінер Б., Глур П., Гражевська Н., Деркач М., Джусов О., Дучинська Н., Жаліло Я., Катан Л., Кредісов А., Кругман П., Лук'яненко Д., Лук'яненко О., Портер М., Сардак С., Саричев В., Сіденко В., Скрипник Н., Стеблянка І., Столярчук Я., Стукало Н., Тараненко І., Хамініч С., Чириченко Ю., Чужиков В., Швиданенко О., Шнипко О., Циганкова Т. та інші.

Мета дослідження: розробка пропозицій щодо підвищення рівня конкурентоспроможності ФОП «Радзівська А.С.».

Завдання дослідження:

- розкрити сутність поняття конкурентоспроможності підприємства— визначити ключові етапи процесу управління конкурентоспроможністю підприємства;

- дослідити підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства;

- дослідити зовнішнє середовище підприємства;

- проаналізувати основні економічні показники діяльності організації;

- оцінити рівень конкурентоспроможності ФОП «Радзівська А.С.»;

- розробити пропозиції щодо підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства

Об'єкт дослідження: ФОП «Радзівська А.С.».

Предмет дослідження: є процес управління конкурентоспроможністю підприємства.

Методи дослідження: Теоретичною основою дослідження є роботи провідних зарубіжних та вітчизняних вчених, що присвячені питанням підвищення конкурентоспроможності підприємства. Для дослідження використовувались наступні методи: метод SWOT – аналізу, статистичний аналіз показників діяльності підприємства. Були використані дані статистичної звітності, зокрема, бухгалтерської звітності підприємств (баланс, звіт про фінансові результати).

Інформаційна база дослідження: . Інформаційна база проведеного дослідження складається з фінансових звітів діяльності підприємства, нормативно-правових документів, статистичних даних, наукових публікацій авторів, матеріалів періодичних та електронних публікацій.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (35 найменувань) та 1 додатку. Загальний обсяг роботи становить 57 сторінок. Основний зміст викладено на 51 сторінках. Робота містить 17 таблиць, 13 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства» розглянуто сутність управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства, досліджено ключові етапи процесу управління конкурентоспроможністю підприємства та проаналізовано існуючі підходи щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства.

У другому розділі «Розробка рекомендацій щодо управління конкурентоспроможністю підприємства». Проаналізовано зовнішнє та внутрішнє середовище ФОП «Радзівська А.С.», оцінено конкурентоспроможність підприємства ФОП «Радзівська А.С.». та запропоновано пропозиції щодо підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі: Поставлені завдання були виконані Відповідно до поставлених завдань ми встановили сутність поняття «конкуренція» та «конкурентоспроможність» підприємства. Крім того, нами було виявлено, що зазначені поняття є взаємопов'язаними. Так, конкуренція є взаємодіючим процесом між двома або більше суб'єктами, які конкурують за ту саму мету. Конкурентоспроможність підприємства є здатністю підприємства ефективно конкурувати на ринку товарів або послуг і забезпечувати переваги в порівнянні з іншими учасниками ринку. Що стосується етапів управління конкурентоспроможністю, то ми виявили, що автори виділяють їх різний перелік. Загальні етапи включають в себе важливі аспекти, які спрямовані на вибір стратегії, ефективне управління персоналом, покращення якості продукції, розширення виробництва та оптимізацію внутрішньої фірмової діяльності. За результатами дослідження методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства, ми визначили, що їх класифікують за різними ознаками, зокрема спосіб оцінювання, форма представлення результатів, використані показники та змінні, ступінь охоплення аспектів функціонування та ін. Аналіз стану ринку роздрібної торгівлі України, ми провели з використанням методики Портера М. за напрямками: аналіз рівня конкурентної боротьби, аналіз загрози ринкової влади споживачів, аналіз ринкової влади постачальників, аналіз загрози появи нових конкурентів, аналіз загрози появи товарів-субститутів. В результаті встановили, що ринок є привабливим, а рівень конкуренції поступово зростає. За результатами аналізу внутрішнього середовища ФОП «Радзівська А.С.» ми виявили, що для усунення слабких сторін досліджуваному підприємству необхідно розширити коло споживачів, що можливо завдяки відкриттю шоу-руму. Оцінивши конкурентоспроможність підприємства та побудувавши конкурентний профіль, ми визначили, що підприємство є конкурентоспроможним на ринку. Проте, «Ruslan Baginskiy», що є ринковим лідером, випереджає досліджуване підприємство за такими факторами, як наявність додаткових послуг для клієнтів, фінансова стійкість та кількість постійних клієнтів. Врахувавши те, що рівень популярності бренду та асортимент продукції є високими, було встановлено, що підприємству необхідно відкрити шоу-рум, зокрема, де

з'явиться можливість примірки одягу. Запропонувавши інвестиційний проект відкриття шоу-руму, ми встановили, що строк окупності проекту складе пів року. Чистий прибуток становитиме 1861,05 тис. грн. на першому році реалізації проекту при вартості інвестиційних вкладень по проекту – 1155,8 тис. грн. Ми оцінили конкурентоспроможність ФОП «Радзівська А.С» після впровадження проекту та встановили, що її рівень стане вищим та воно стане ринковим лідером.