

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 конкурентною позицією торговельного підприємства»

**Виконавець:**

студент центру заочної та  
вечірньої форми навчання

Потелешенко Аліна Вячеславівна \_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Науковий керівник:**

викладач

Горбатюк Валентина Вікторівна \_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

*Актуальність теми* пов'язана з тим, що стійка конкурентна позиція забезпечить підприємству підвищення прибутку, високий рівень репутації та збільшення кількості клієнтів. Тому, сучасним організаціям необхідно шукати нові шляхи для підвищення свого рівня конкурентоспроможності, зокрема на ринку послуг торгівлі України.

*Мета дослідження* – удосконалення процесу управління конкурентною позицією підприємства

*Завдання дослідження:*

- визначити сутність поняття «конкурентна позиція»;
- здійснити аналіз процесу управління конкурентною позицією підприємства;
- дослідити сучасні методи оцінки конкурентної позиції підприємства;
- здійснити аналіз сучасного стану ринку послуг торгівлі України;
- дослідити внутрішнє середовище підприємства;
- проаналізувати зовнішнє середовище підприємства;
- здійснити оцінку конкурентоспроможності підприємства
- розробити рекомендації щодо удосконалення управління конкурентною позицією підприємства.

*Об'єкт дослідження* – товариство з обмеженою відповідальністю «Шик і блиск»

*Предмет дослідження* – процес удосконалення конкурентної позиції товариства з обмеженою відповідальністю «Шик і блиск»

*Методи дослідження:* порівняння, індукції, дедукції, SNW-аналіз, модель п'яти конкурентних сил М.Портера.

*Інформаційна база дослідження:* звітність ТОВ «Шик і блиск» та дані державної служби статистики України.

*Структура та обсяг роботи.* Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (30 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 58 сторінок. Основний зміст викладено на 51 сторінках. Робота містить 15 таблиць, 9 рисунків.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «*Теоретичні основи управління конкурентною позицією підприємства*» встановлено сутність поняття «конкурентна позиція», досліджено процес управління конкурентною позицією підприємства та проаналізовано сучасні методи оцінки конкурентної позиції підприємства.

У другому розділі «*Рекомендації щодо удосконалення процесу управління конкурентною позицією підприємства*» проаналізовано сучасний стан ринку послуг роздрібною торгівлі України, внутрішнє середовища підприємства ТОВ «Шик і блиск» та розроблено рекомендації щодо удосконалення управління конкурентною позицією підприємства

Для досягнення стійкої конкурентної позиції на ринку визначено, що підприємству варто впровадити нову послугу для клієнтів, зокрема послугу надання

експрес-манікюру, тому запропоновано інвестиційний проект відкриття нейл-бару в одній із торгових точок ТОВ «Шик і блиск».

## ВИСНОВКИ

За результатами аналізу літератури щодо визначення поняття конкурентної позиції підприємства виділено чотири наукові підходи. Дивлячись на відсутність єдності у поглядах авторів, встановлено, що конкурентна позиція є комплексним поняттям та показує здатність підприємства формувати ефективну конкурентну стратегію у порівнянні з ключовими конкурентами, спрямована на максимальне задоволення потреб споживачів та досягнення ключових показників діяльності організації.

Проаналізувавши процес управління конкурентною позицією та врахувавши більшість думок вчених, визначено, що у досліджуваній процес варто включати такі основні етапи: Аналіз факторів, що визначають конкурентну позицію підприємства; аналіз зовнішнього середовища підприємства; аналіз внутрішнього середовища організації, тощо.

Досліджено методи для оцінки конкурентної позиції, а саме кількісні, якісні та графічні. Проведене дослідження дало змогу виділити ключові переваги та недоліки кожного із методу та дійти до висновку, що єдиного підходу до оцінки конкурентної позиції не існує і до цього процесу варто підходити індивідуально та комплексно.

У роботі проведено аналіз сучасного стану ринку послуг торгівлі України з використанням методу п'яти конкурентних сил М.Портера. В результаті дослідження встановлено, що ринок є привабливим для нових конкурентів та прибутковим загалом.

В процесі аналізу внутрішнього середовища підприємства проведено аналіз фінансових показників, зокрема здійснено оцінку таких показників, як ліквідність, рентабельність, тощо, виявлено і слабкі сторони організації, зокрема встановлено, що підприємству слід розширити асортименту послуг. Зазначене дозволить підвищити репутацію торгівельної дрогері-мережі, знайти нових клієнтів та підвищити фінансову стійкість.

Враховуючи те, що компанії слід ввести додаткову послугу для клієнтів, запропоновано запровадити послугу надання експрес-манікюру. Здійснено розрахунки інвестиційного проекту відкриття нейл-бару в одній із торгових точок ТОВ «Шик і блиск». Оцінивши конкурентоспроможність заходу після впровадження, виявлено, що її рівень підвищився у порівнянні з основним конкурентом. Запропонований нами проект є інвестиційно привабливим та сприятиме досягненню стійкої конкурентної позиції підприємства.