

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 конкурентами перевагами підприємства оптової торгівлі
хімічними продуктами»**
(назва теми)

Виконавець:
студент факультету менеджменту,
обліку та інформаційних технологій
Гратій Вікторія Олександрівна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:
викладач
(науковий ступінь, вчене звання)
Горбатюк Валентина Вікторівна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми Набуття конкурентних переваг дасть змогу підприємству діяти на ринку ефективніше, результативніше, підвищувати рівень прибутковості та конкурентоспроможності загалом. Тому, процес ефективного управління конкурентними перевагами є одним із головних питань підприємств, у тому числі підприємств, діяльністю яких виступає оптова торгівля хімічними продуктами.

Метою дослідження виступає аналізування процесу управління конкурентними перевагами підприємства та застосування отриманих знань для укріплення конкурентної позиції ТОВ «Хеміше Гутер АГ».

Завдання дослідження:

- визначити ключові етапи процесу управління конкурентними перевагами підприємства;
- дослідити методики оцінювання конкурентних переваг підприємства;
- проаналізувати зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства;
- запропонувати пропозиції щодо удосконалення процесу управління конкурентними перевагами підприємства.

Об'єктом дослідження є ТОВ «Хеміше Гутер АГ», яке спеціалізується на імпорті засобів захисту рослин з Європи (з Польщі та Угорщини) та виробництві добрив та допоміжних продуктів на території України.

Предметом дослідження є процес управління конкурентними перевагами ТОВ «Хеміше Гутер АГ».

Методи дослідження, які використані в роботі, включають: метод систематизації (для встановлення сутності конкурентної переваги підприємства); методи аналізу та синтезу (для дослідження процесу управління конкурентними перевагами); методики для оцінювання конкурентних переваг; SNW-аналіз (для дослідження внутрішнього середовища); матрицею конкурентних переваг М.Портера (для вибору конкурентної стратегії); методику А.А. Томпсона та А.Дж. Стрікланда (для аналізу зовнішнього середовища підприємства); матриця Ансоффа (для вибору стратегії з урахуванням продукції та тенденцій ринку).

Інформаційна база дослідження включає в себе розробки сучасних вчених у галузі управління конкурентними перевагами підприємства, зокрема В.В. Власенко, В.І. Порфіренко, М. М. Гребельник, Г.М. Македона, О.В. Кошій, О.П. Красняк, В.О. Мицик, тощо.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (30 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 61 сторінку. Основний зміст викладено на 56 сторінках. Робота містить 18 таблиць, 9 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВА» розглянуто сутність поняття конкурентної переваги та управління конкурентними перевагами, проаналізовано процес управління конкурентними перевагами, дослідження методики оцінювання конкурентних переваг.

У другому розділі «УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВА» проаналізовано зовнішнє та внутрішнє середовище досліджуваного підприємства, а саме стан ринку оптової торгівлі хімічними продуктами та фінансово-економічні показники.

Оскільки однією з слабких сторін підприємства є мала кількість постійних споживачів, було запропоновано інвестиційний проект відкриття роздрібної торгової точки.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

Конкурентна перевага є комплексним поняттям та полягає у ефективному використанні ресурсів підприємства, здатності виробляти якісну продукцію, що у своєму взаємозв'язку дозволить компанії випереджати основних конкурентів. Оцінку конкурентних переваг підприємства варто здійснювати комплексно, використовуючи низку методів, враховувати конкретні умови, у яких функціонує організація.

За допомогою використання методики А.А. Томпсона та А.Дж. Стріклєнда для дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища компанії, здійснили SWOT-аналіз та виявили, що у підприємства є і сильні і слабкі сторони. З огляду на це, підприємству можна відкрити роздрібний магазин для привернення уваги нових споживачів, розширення їх кола та задоволення зростаючих потреб.

Для удосконалення процесу управління конкурентними перевагами підприємства, необхідним виступає оцінювання рівня його конкурентоспроможності у порівнянні з ключовими конкурентами. Зважаючи на це, для підвищення рівня конкурентоспроможності та досягнення стійких конкурентних переваг, підприємству слід розширювати коло клієнтів, що можна досягти шляхом відкриття роздрібної торгової точки. За результатами розрахунків можна стверджувати, що запропонований проект відкриття роздрібної торгової точки підприємством є інвестиційно привабливим. Зокрема, проект окупиться за півтора року, індекс доходності становить 2,3, а чистий поточний дохід від реалізації проекту становить 1668,2 тис. грн. Все вищезазначене вказує на доцільність запропонованого заходу.