

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: «Підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку надання медичних послуг»

Виконавець:

Студент факультету менеджменту, обліку та
інформаційних технологій

Сохань Євген Станіславович _____

Науковий керівник:

К.е.н., ст. викладач

Піскун Альона Валеріївна _____

ОДЕСА – 2024

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми У такі скрутні економічні та політичні часи не тільки для всієї держави, а й для кожного з нас підприємствам вкрай важливо віднайти свою конкурентну стратегію та унікальне позиціонування на ринку, аби мати можливість хоча б зберегти вже ту частку ринку, що була раніше зайнята. Але це не є простим завданням через зростаючу інфляцію та зниження платоспроможності населення, що змушує компанії переглядати свою цінову політику та маржинальність, аби люди мали змогу й надалі витрачати кошти на товар або послуги того чи іншого підприємства.

Ця проблема правильного співвідношення між бажаним рівнем прибутковості організації та «чесною» ціною для споживача є вкрай актуальною для ринку медичних послуг. Адже медичні аналізи не є товаром першої необхідності, який потрібно купувати регулярно. Крім того, підприємства у цій галузі стикаються з упередженнями людей, що потрібно щось робити тільки тоді, коли щось заболить, а поки немає серйозних наслідків, то немає сенсу йти та перевіряти своє здоров'я. Таке упереджене ставлення до свого здоров'я шкодить не тільки загальному добробуту нації, а й накладає негативний відбиток на показники прибутковості бізнесу у цій галузі.

Саме тому підприємства на ринку медичних послуг мають шукати нові шляхи для залучення як нових, так і старих клієнтів. Одним з таких методів може стати програма безкоштовних аналізів від НСЗУ, яка задовольняє інтереси як споживачів, так і підприємств, оскільки це означає для споживачів можливість безкоштовно здати базові аналізи, а для підприємств – виплати від держави та можливість допродажу інших аналізів споживачам.

Мета дослідження: аналіз теоретичних основ до визначення поняття конкуренція, конкурентоспроможності, а також дослідження та застосування методів до оцінки та підвищення конкурентоспроможності бізнесу.

Завдання дослідження:

- Дослідити сутність конкуренції як економічної категорії
- Проаналізувати підходи до визначення конкурентоспроможності
- Розглянути основні методи оцінки конкурентоспроможності
- Дослідити макроекономічні показники України, поведінкові тенденції у споживачів та проаналізувати стан ринку надання медичних послуг
- Проаналізувати ефективність господарської діяльності ТОВ «Смартлаб»
- Розглянути внутрішнє та конкурентне середовище ТОВ «Смартлаб»
- Оцінити ефективність вжитих заходів та наданих рекомендацій

Об'єкт дослідження: приватна медична лабораторія ТОВ «Смартлаб»

Предмет дослідження: підвалини та методи управління конкурентоспроможністю в компанії.

Методи дослідження: для ефективного аналізу, оцінки та вирішення поставлених завдань були застосовані наступні методи: математичні та статистичні методи, SNW-аналіз, PEST-аналіз, SWOT-аналіз, модель 5 конкурентних сил М. Портера, багатокутник конкурентоспроможності.

Інформаційна база дослідження: нормативна база підприємства, його фінансова звітність, навчальні посібники, українські та іноземні публікації в статтях та журналах, тези наукових конференцій, статистичний масив даних від Державної служби статистики, інформація від медіа та інших незалежних сайтів.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів (теоретичний та практичний), висновків, списку використаної літератури (61 джерело) та додатків. Загальний обсяг роботи становить 82 сторінки. Робота містить 27 таблиць та 16 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДґРУНТЯ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ» розглянуто сутність конкуренції як економічної категорії, види конкуренції та функції, визначено термін конкурентоспроможності, виділено фактори впливу на конкурентоспроможність, проаналізовано основні методи оцінки конкурентоспроможності та побудовано класифікацію методів.

У другому розділі «Підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Смартлаб» проаналізовано макроекономічні показники, поведінкові тенденції та ринок надання медичних послуг, розглянуто фінансові показники господарської діяльності підприємства, внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства. Запропоновано відкрити ще одне відділення лабораторії, а також найняти сімейного лікаря для посилення співпраці з НСЗУ, що позитивно вплине на збільшення прибутковості підприємства та на покращення його конкурентних позицій на ринку надання медичних послуг.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Було визначено, що конкуренція є не невід'ємною економічною категорією для аналізу конкурентоспроможності підприємства та його конкурентного середовища. Було виділено сутність цієї економічної категорії, яка полягає процес управління суб'єктом своїми конкурентними перевагами для отримання перемоги або іншої мети в боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних або суб'єктивних потреб в рамках законодавства або в природних умовах. Крім того, було проаналізовано різні рівні функціонування конкуренції та виділено її функції. А також було побудовано класифікацію видів конкуренції залежно від факторів розподілу.
2. Було проаналізовано різні підходи вчених до визначення поняття конкурентоспроможності та виявлено, що конкурентоспроможності загалом – це властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку на рівні з аналогічними товарами, послугами або конкурентними суб'єктами ринкових відносин, що присутні на ринку. Більш того, було побудовано класифікацію факторів впливу на формування конкурентоспроможності залежно від групи факторів, а також було проаналізовано елементи зовнішнього середовища впливу на формування конкурентоспроможності. Поміж з цим, було розглянуто систему управління конкурентоспроможністю.

3. Було проаналізовано основні методи оцінки конкурентоспроможності та побудовано класифікацію методів залежно від групи методів. Також було виділено основні методи оцінки конкурентоспроможності, які були застосовані у практичному розділі кваліфікаційної роботи для аналізу, оцінки та надання рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Смартлаб». До детально проаналізованих методів відносяться, зокрема, модель 5 конкурентних сил М. Портера, PEST-аналіз, SWOT-аналіз, SNW-аналіз. Було детально описано методику їх побудови та застосування, виділено основні фактори, які аналізуються під час побудови даних методів.
4. Було проаналізовано макроекономічні показники України, а саме динаміку ВВП, розподіл валової доданої вартості між секторами економіки, оцінено питому вагу сфери охорони здоров'я у секторі сфери послуг в Україні. Також було проаналізовано рівень безробіття населення та динаміку зростання видатків домогосподарств на сферу охорони здоров'я у структурі сукупного доходу домогосподарств в абсолютному та відносному виразі. Більш того, було проаналізовано тренд до зростання захворюваності на рак серед молодих людей. Також було виділено важливість співпраці з НСЗУ для підприємств на ринку надання медичних послуг. Вищезазначені фактори та їх динаміка були згруповані у PEST-аналіз для оцінки зовнішнього середовища підприємств ринку медичних послуг.
5. Було проаналізовано характеристику підприємства, його напрям діяльності, стратегічні цілі, а також організаційну структуру. Також було встановлено, що підприємство є рентабельним та фінансово стійким. Крім того, було розглянуто асортимент продукції компанії та виділено аутсайдерів та топ аналізів за продажами. На основі цих даних було побудовано матрицю БКГ, де були розподілені бізнес-сектори підприємства за різними квадрантами.
6. Було проаналізовано внутрішнє середовище підприємства за рахунок використання моделі 5 конкурентних сил М. Портера, SNW-аналізу, а також було розглянуто конкурентне середовище за допомогою багатокутника конкурентоспроможності. Крім того, було розроблено потенційні стратегії розвитку підприємства на основі SWOT-аналізу, яка було побудована за рахунок групування факторів внутрішнього та зовнішнього середовищ.
7. На основі потенційних стратегій розвитку було запропоновано заходи з підвищення конкурентоспроможності для підприємства, серед яких було рекомендовано відкрити нове відділення з сімейним лікарем, було розраховано необхідну кількість витрат на впровадження даного рішення та економічну ефективність. Крім того, були надані рекомендації з підвищення якості функціоналу сайту, що забезпечує більш ефективну взаємодію споживача з сервісом сімейної медицини компанії.