

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: «Формування конкурентної стратегії підприємства роздрібної торгівлі»

Виконавець:
студент факультету
менеджменту, обліку та інформаційних технологій
Матей Софія Юріївна

(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. В умовах глобалізації і постійних змін формування конкурентної стратегії стає ключовим аспектом ведення успішної діяльності підприємства. Особливий вплив на сферу економіки в Україні спричинила пандемія корона вірусу та повномасштабне вторгнення. З метою забезпечення стабільного розвитку та набуття конкурентних переваг керівництву необхідно застосовувати знання в галузі стратегічного менеджменту. Незважаючи на велику кількість досліджень на дану тему, ринок роздрібної торгівлі стрімко зростає, що зумовлює впровадження сучасних методів управління.

Метою дипломної роботи є формування конкурентної стратегії на підприємстві роздрібної торгівлі.

Для реалізації поставленої мети визначені наступні завдання:

- дослідити сутність поняття «конкурентна стратегія» та особливості її реалізації;
- проаналізувати ринок роздрібної торгівлі косметичними засобами;
- визначити поточний стан ТОВ «ДЦ УКРАЇНА»;
- сформуванню конкурентної стратегії підприємства та розробка заходів щодо її реалізації.

Об'єктом дослідження є ТОВ «ДЦ УКРАЇНА», основною діяльністю якого є роздрібна торгівля косметичними засобами.

Предметом дослідження є процес формування конкурентної стратегії на ринку роздрібної торгівлі.

Методи дослідження. Для визначення поняття «конкурентна стратегія» у роботі використано метод аналізу та синтезу. З метою дослідження сучасних методів формування конкурентної стратегії - метод порівнянь. Для розрахунку фінансово-економічних показників - ланцюговий метод. Під час розрахунку амортизації застосовано метод зменшення залишкової вартості.

Інформаційну базу дослідження складають роботи вітчизняних та зарубіжних вчених, фінансова звітності ТОВ «ДЦ УКРАЇНА», дані Державної служби статистики України, монографії, наукові статті, дані мережі Інтернет та результатів власного дослідження.

Практичне значення роботи полягає у формуванні конкурентної стратегії диференціації та розробці заходів щодо її реалізації за рахунок впровадження вендингових апаратів.

Публікації. Основні результати роботи опубліковані: Горбатюк В. В., Матей С.Ю. Сучасні методи стратегічного управління фінансовою системою українських підприємств // XI Всеукраїнська науково-практична онлайн конференція студентів, аспірантів та молодих вчених: матеріали студентської конференції, грудень 2023 р. – Київ, – с. 209-210.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (42 найменування) та 1-го додатку. Загальний обсяг роботи становить 57

сторінок. Основний зміст викладено на 46 сторінках. Робота містить 26 таблиць, 5 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні аспекти формування конкурентних стратегій підприємства» розглянуто сутність поняття «конкурентна стратегія», види конкурентних стратегій, фактори, які обумовлюють послідовність та інструментарій процесу формування конкурентних стратегій.

У другому розділі «Аналіз конкурентного середовища ТОВ «ДЦ УКРАЇНА»» проаналізовано ринок роздрібної торгівлі косметичними засобами та поточний стан ТОВ «ДЦ УКРАЇНА».

Запропоновано застосування конкурентної стратегії диференціації, яка полягає у впровадженні нового вендингових апаратів, а саме вендингових апаратів.

ВИСНОВКИ

Під час написання кваліфікаційної роботи, ми дійшли наступних висновків:

1. В результаті дослідження ми виділили три наукових підходи щодо визначення поняття «конкурентна стратегія». Підсумовуючи характеристики виділених підходів, визначено, що конкурентна стратегія являє собою комплекс взаємопов'язаних заходів, направлений на зайняття стійкої позиції на ринку, ефективне використання конкурентних переваг та забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

2. Досліджено підходи таких вчених, як М.Портер, А.Юданов та Ф.Котлер, щодо етапів формування конкурентної стратегії. На основі аналізу зазначених підходів сформовано власний алгоритм формування конкурентної стратегії: оцінка існуючої стратегії, формування місії фірми, постановка завдань та визначення цілей, аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, вибір стратегічних альтернатив та формування стратегії.

3. Проведено порівняльну характеристику методів формування конкурентної стратегії: SWOT-аналізу, PEST-аналізу, концепції П'яти сил Портера, матриці БКГ та матриці McKinsey. Визначено їх переваги та недоліки.

4. За результатами аналізу зовнішнього середовища ринку визначено, що високий вплив на ринок дрогері-ритейлу України мають постачальники. Вплив з боку ринкових конкурентів, споживачів та товарів-субститутів середній. Потенційні конкуренти мають низький рівень впливу.

5. За результатами аналізу внутрішнього середовища ТОВ «ДЦ УКРАЇНА» визначено його сильні сторони: наявність Інтернет-магазину, наявність власних торгових марок, наявність програм лояльності та проведення рекламної компанії в соц. мережах. До слабких сторін підприємства відноситься : закриття торгових точок на окупованих територіях та в зонах бойових дій, ускладнена логістика, падіння показників

рентабельності, зменшення обсягів продажу, відсутність власних приміщень для магазинів.

6. На основі SWOT-аналізу обґрунтовано доцільність застосування стратегії диференціації. Для реалізації зазначеної стратегії запропоновано впровадження нового формату продажу товарів – вендингові апарати. За результатами розрахунку грошового потоку визначено, що чистий поточний дохід становитиме 2644 тис. грн. Термін окупності становить 1 рік і півтори місяці. Отже, реалізація даного проекту є доцільною.