

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 підприємства сфери послуг»

Виконавець:
студент центру заочної та вечірньої
форми навчання
Кравчук К. Д. _____
/підпис/

Науковий керівник:
к.е.н., доцент
Карпенко Ю.В. _____
/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми У важких умовах сучасних реалій перукарні та салони краси потрапили до групи підприємств, що відчули ледве не найбільший негативний вплив зовнішнього середовища. Це пов'язано з тим, що послуги краси, як і індустрія розваг, косметичні товари, ювелірні вироби та інші товари розкоші стали мінімально затребуваними у споживачів та фінансувалися ними за остаточним принципом. В 2023 р. ситуація поступово почала відновлюватися, найпоширенішими видами діяльності серед ФОПів, котрі відкрилися, стали салони краси та перукарні. Збереження або збільшення ринкової частки, підвищення доходів залежить від ефективності управління конкурентною позицією підприємства, що підтверджує актуальність обраної теми дослідження.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних основ формування конкурентної позиції підприємства та застосування отриманих знань для укріплення конкурентної позиції ТОВ «Перукарня «Майстер».

Для досягнення обраної мети роботи встановлено наступні завдання дослідження:

- вивчити сутність поняття "конкурентна позиція" підприємства;
- проаналізувати ринок косметичних та перукарських послуг України;
- запропонувати заходи щодо удосконалення управління конкурентною позицією підприємства.

Об'єктом дослідження є ТОВ «Перукарня «Майстер». *Предметом дослідження* є процес управління конкурентними перевагами підприємства.

Методи дослідження, використані в роботі, включають: метод групування (для встановлення сутності поняття "конкурентна позиція підприємства"), модель п'яти конкурентних сил М. Портера (для аналізу розвитку ринку косметичних та перукарських послуг України), методіку фінансово-економічного аналізу (для аналізу фінансового стану підприємства), хронометраж (для встановлення норм часу на основні операції, що виконуються перукарем), метод стандартної роботи (для формалізації дій перукарів), критерій прийняття управлінського рішення стосовно встановлення знижок до ціни на продукцію (для прийняття рішення щодо впровадження крос-продаж зі знижкою).

Інформаційну базу дослідження становлять сучасні наукові праці вітчизняних та зарубіжних авторів, зокрема монографії, матеріали періодичних та електронних публікацій, законодавчі акти та нормативні документи України, дані статистики та звітів підприємства.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (36 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 66 сторінок. Основний зміст викладено на 62 сторінках. Робота містить 19 таблиць, 11 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНОЮ ПОЗИЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА» розглянуто сутність

конкурентної позиції підприємства, фактори, що впливають на конкурентну позицію, а також методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

У другому розділі *«ФОРМУВАННЯ ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ТОВ «ПЕРУКАРНЯ «МАЙСТЕР»»* проаналізовано ринок перукарських та косметологічних послуг України, досліджено внутрішнє середовище підприємства та визначено його конкурентну позицію. Запропоновано заходи щодо зміцнення конкурентної позиції, зокрема розширити асортимент послуг; ввести крос-продаж послуги зі знижкою; впровадити додаткові послуги.

ВИСНОВКИ

На підставі проведеного в кваліфікаційній роботі дослідження було зроблено наступні висновки:

1. На наш погляд розуміння конкурентної позиції як ринкової частки підприємства є достатньо вузьким та не охоплює всіх аспектів даного терміну. Підхід, що припускає тлумачення конкурентної позиції як порівняльного опису підприємства та його конкурентів, вказує на ототожнення його представниками понять «конкурентна перевага» та «конкурентна позиція». Найбільш повним є визначення конкурентної позиції як становища організації в конкурентному середовищі. Тому пропонуємо під конкурентною позицією розуміти положення, яке підприємство займає на ринку відповідно до отриманих результатів функціонування на підставі власних конкурентних переваг у порівнянні до суперників.

2. Динаміка ринку косметологічних та перукарських послуг свідчить про суттєве зростання обсягів послуг в період з 2018 по 2021 рр. В 2022 р. відбулося падіння доходів перукарень та салонів краси, що пов'язано з початком повномасштабного вторгнення. Проте в 2023 р. ситуація почала виправлятися. Аналіз ринку з використанням методу п'яти конкурентних сил М. Портера дозволив зробити висновок про те, що найбільш впливовою силою буде сила нових конкурентів. Це дозволяє обґрунтувати потребу формування та підтримки конкурентних переваг підприємства, розробки ефективної системи захисту та протидії новим суперникам.

3. За результатами аналізу конкурентоспроможності перукарня «Майстер» займає проміжну позицію порівняно до основних конкурентів (краще за «Експрес-стрижку», проте гірше за перукарню на Левка Лук'яненка). Для того, щоб зміцнити конкурентну позицію потрібно посилити слабкі сторони підприємства, зокрема: розширити асортимент послуг, у зв'язку з чим підвищити професійність майстрів; впровадити цінові знижки на окремі послуги; впровадити додаткові послуги комфорту.

Для посилення конкурентної позиції підприємства було запропоновано розширити асортимент послуг шляхом введення послуги складного фарбування; ввести крос-продаж послуги «стрижка + укладка» зі знижкою; встановити кавомашину та пропонувати каву клієнтам. Приріст маржинального доходу за результатами заходів складе 112,7 тис. грн.

Загальна оцінка конкурентоспроможності перукарні після запропонованих заходів зросла з 2,9 до 3,33 балів та перевищила оцінки найближчих конкурентів.

АНОТАЦІЯ

Кравчук К.Д. «Управління конкурентною позицією підприємства сфери послуг».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «073 Менеджмент»

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2025.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти управління конкурентною позицією підприємства, зокрема досліджується сутність поняття конкурентної позиції та основні фактори впливу на неї.

Проаналізовано ринок косметичних та перукарських послуг України, стан внутрішнього середовища ТОВ «Перукарня «Майстер» та його конкурентну позицію.

Запропоновано заходи щодо зміцнення конкурентної позиції, зокрема розширити асортимент послуг, у зв'язку з чим підвищити професійність майстрів; впровадити цінові знижки на окремі послуги; надати додаткові послуги комфорту

Ключові слова: конкурентна позиція, ринок косметичних та перукарських послуг, модель п'яти конкурентних сил М. Портера, хронометраж, метод стандартної роботи.

ANNOTATION

Kravchuk K.D. "Managing the competitive position of a service enterprise."

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 073

Management»

Odessa National Economics University. – Odessa, 2025.

The paper examines theoretical aspects of managing the competitive position of an enterprise, in particular, the essence of the concept of competitive position and the main factors influencing it are investigated.

The market of cosmetic and hairdressing services in Ukraine, the state of the internal environment of LLC "Hairdresser "Master" and its competitive position are analyzed.

Measures are proposed to strengthen the competitive position, in particular, to expand the range of services, in connection with which to increase the professionalism of masters; to introduce price discounts for individual services; to provide additional comfort services

Keywords: competitive position, market of cosmetic and hairdressing services, M. Porter's five competitive forces model, timing, standard work method.