

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра менеджменту організацій та ЗЕД

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 073 «Менеджмент»
за магістерською програмою професійного спрямування
«Менеджмент організацій»

на тему: **«Стратегія розвитку на ринку торгових послуг підприємства
ТОВ «Катран»»**

Виконавець:

студент факультету економіки та управління
підприємництвом

Шатайло Світлана Вікторівна _____

Науковий керівник:

к.психол.н., ст.викладач

Осичка Олена Василівна _____

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. На сьогоднішній підприємства України все більше залучаються до інтеграційних процесів, що були спричинені поширенням глобалізаційних явищ. Особливо це можна спостерігати після розпаду СРСР та виходу України на міжнародну арену як самостійного суб'єкта, а її підприємців, як рівноправних учасників міжнародних економічних відносин. Підприємства отримали можливість доступу до іноземних ринків, постачальників ресурсів та технологій. Проте дана тенденція має не тільки позитивні, а і негативні наслідки для компаній, оскільки не кожна з них здатна витримати конкуренцію з досвідченими корпораціями країн, які набагато раніше встали на капіталістичний шлях розвитку. Однією з основних переваг закордонних конкурентів є чітко виважені та перевірені часом стратегії розвитку, які враховують як нагальні проблеми підприємства, так і корегують його діяльність з огляду на стратегічні цілі компанії. Особливо важливою стратегія розвитку є у сфері торгових послуг, оскільки дана сфера є по-перше достатньо багатокomпонентною, так як менеджерам торгових компаній необхідно задовольняти не тільки власні потреби та потреби покупців, а і потреби постачальників, по-друге близькість підприємства на ринку торгових послуг до споживача вимагає кропіткої роботи над створенням позитивного іміджу компанії.

Як не існує універсального секрету успіху, так і не існує єдиної вірної стратегії розвитку. Для кожного підприємства вона унікальна і залежить не тільки від сфери діяльності підприємства, а й від його сильних та слабких сторін. Тому для розробки ефективної стратегії розвитку у рамках дипломної роботи для підприємства ТОВ «КАТРАН», необхідно розробити власний набір стратегічних заходів на основі проведеного аналізу підприємства та сфери його діяльності.

Метою роботи є розробка стратегічних заходів щодо удосконалення діяльності та розвитку ТОВ «КАТРАН».

Завдання дослідження:

- дослідити теоретичні аспекти розробки стратегії розвитку та її особливості на ринку торгових послуг;
- проаналізувати господарську діяльність підприємства, а також ринок та конкуренцію на ринку;
- запропонувати стратегічні заходи щодо удосконалення діяльності ТОВ «КАТРАН»;
- обґрунтувати економічну ефективність запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є механізм розробки стратегії розвитку підприємства.

Предметом дослідження є товариство з обмеженою відповідальністю «КАТРАН».

Методи дослідження. При написанні магістерської роботи використовувались загальнонаукові методи дослідження такі як: аналіз, спостереження, синтез, систематизація, класифікація. Для аналізу були застосовані спеціалізовані методи та моделі: метод експертних оцінок, модель «5 сил конкуренції» М. Портера, матриця Shell/DPM, SWOT-аналіз, сегментування, модель маркетинг-мікс «7P» та авторегресійна модель.

Інформаційна база дослідження складається з наукових посібників, статей і монографій, статутних та звітних документів підприємства ТОВ «КАТРАН».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (56 найменувань) та 3-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 95 сторінок. Основний зміст викладено на 73 сторінках. Робота містить 24 таблиці, 19 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра зроблено 1 публікацію: «Маркетингова стратегія як невід’ємна складова стратегії розвитку на ринку торгових послуг» // Збірник III міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми менеджменту: теоретичні і практичні аспекти», Одеса, 2017.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні аспекти розробки стратегії розвитку підприємства» проведено детальне дослідження теоретично-методичних основ стратегії розвитку підприємства на ринку торгових послуг, розкрито роль маркетингової стратегії в стратегії розвитку підприємства на даному ринку, а також розглянуті методи і моделі для аналізу та розробки стратегії розвитку.

Другий розділ «Аналіз стратегії розвитку ТОВ «КАТРАН»» присвячений аналізу господарської діяльності ТОВ «Катран» й аналізу ринку. Детально також було розглянуто існуючу стратегію розвитку ТОВ «КАТРАН» та маркетингову стратегію підприємства.

У третьому розділі «Стратегічні заходи щодо підвищення ефективності діяльності ТОВ «КАТРАН»» запропоновані заходи щодо усунення недоліків, виявлених протягом аналізу у другому розділі дипломної роботи. Доведено, що запропоновані заходи сприятимуть збільшенню доходу від реалізації на українському ринку. Для прогнозування доходу від реалізації та чистого прибутку було застосовано авторегресійну модель.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Досліджено наукові праці зарубіжних і вітчизняних вчених, проведено систематизацію поняття «стратегія» та «стратегія розвитку», сформульовані власні визначення. Було виявлено, що існує 3 ступеня відношення стратегії до розвитку й до першого ступеня відноситься стратегія росту. Також було зроблено висновок, що маркетингова стратегія є важливою складовою стратегії розвитку підприємства на ринку торгових послуг.

2. Аналіз господарської діяльності підприємства показав, що підприємство є достатньо фінансово стійким; показники рентабельності додатні, але низькі. Рівень конкуренції на ринку є середнім. Сильними сторонами ТОВ «КАТРАН» є висока якість продукції, приваблива ціна та досвідчений персонал, проте підприємству слід покращити просування товару, застосовуючи нові методи реклами. Аналіз за матрицею Shell показав, що слід зосередитися на розвитку продажів на українському

ринку, що підтвердилося розрахунками рентабельності продажів, яка в Україні є вищою.

3. Для підвищення ефективності діяльності підприємства було запропоновано наступні заходи: створити посаду в українському підрозділі спеціаліста з маркетингу та провести ряд рекламних заходів у мережі інтернет для просування існуючого інтернет-магазину і збільшення впізнаваності торгової марки.

4. Обґрунтуванням економічної ефективності запропонованих заходів є те, що їх впровадження допоможе збільшити дохід від реалізації у 2018 році на 12,78%, що є більшим ніж прогнозне значення за моделлю авторегресії.

АНОТАЦІЯ

Шатайло С.В., «Стратегія розвитку на ринку торгових послуг підприємства ТОВ «Катран»».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 073 «Менеджмент» за магістерською програмою «Менеджмент організацій».

Одеський національний економічний університет. – м. Одеса, 2018 рік.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти розробки стратегії розвитку та її особливості для підприємств ринку торгових послуг.

Проаналізовано фінансову, стратегічну та маркетингову діяльність підприємства ТОВ «КАТРАН».

Запропоновано провести стратегічні заходи щодо удосконалення діяльності ТОВ «КАТРАН», а саме створення нової посади в українському підрозділі спеціаліста з маркетингу та проведення рекламної компанії.

Ключові слова: стратегія розвитку, ринок торгових послуг, ефективність рекламних заходів, просування бренду, інтернет-магазин, авторегресійна модель.

ANNOTATION

Shatailo S. «Strategy of development on the market of trade services of «KATRAN» LTD».

Qualifying work on obtaining a master's degree in the specialty 073 «Management» under the master's program «Management of organizations».

Odessa National Economics University. – Odessa, 2018.

The work deals with the theoretical aspects of a development strategy creating and its peculiarities for the enterprises of the market of trade services.

Author analysis the financial, strategic and marketing activity of the company «KATRAN» LTD.

It is proposed to carry out strategic measures to improve the activities of «KATRAN» LTD, namely the creation of a new position of a marketing specialist in the Ukrainian division and advertising company implementation.

Keywords: development strategy, market of trade services, effectiveness of promotional activities, brand promotion, Internet-shop, autoregressive model.