

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

Кафедра менеджменту

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

на тему: **«Формування конкурентних переваг торговельного підприємства»**

Виконавець:

студент центру
заочної форми навчання
Полонська Юлія
Олександрівна _____

Науковий керівник:

к.псих.н., ст. викладач
Осичка Олена
Василівна _____

ОДЕСА - 2018 рік

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Відсутність стабільності у зовнішньому середовищі, зростання його динамічності, агресивна поведінка конкурентів, підвищення вимог споживачів до пропонованих товарів посилюють конкуренцію на ринку. Це зумовлює потребу у формуванні активних дій, спрямованих на досягнення стійких конкурентних переваг підприємства, без яких його успішне функціонування на ринку неможливе.

Метою дипломної роботи є дослідження теоретичних аспектів формування конкурентних переваг підприємства та застосування отриманих знань для розробки та підтримки конкурентних переваг ПрАТ «Нова лінія».

Завдання дослідження:

- Розглянути основні підходи до визначення сутності поняття "конкурентна перевага" та джерел її формування;
- Проаналізувати основні тенденції розвитку українського ринку послуг торгівлі ДІУ - товарами;
- Запропонувати заходи щодо формування та підтримки конкурентних переваг підприємства ПрАТ "Нова Лінія".

Об'єктом дослідження є мережа будівельних гіпермаркетів ПрАТ "Нова лінія".

Предметом дослідження є процес формування конкурентних переваг підприємства.

Методи досліджень, використані в магістерській роботі, включають: модель п'яти конкурентних сил Майкла Портера (для встановлення найбільш впливової на ринку конкурентної сили); методику оцінки конкурентоспроможності підприємства (для визначення сильних та слабких сторін підприємства), методику фінансово-економічного аналізу (для аналізу фінансового стану підприємства), модель Хольта (для прогнозування обсягів реалізації будівельних матеріалів), метод критичного шляху розробки сітьового графіку (для встановлення загальних витрат часу на реалізацію проекту).

Інформаційну базу дослідження складають дані звітів фінансово-господарської діяльності ПрАТ "Нова лінія". Основні положення дослідження базуються на законодавчих актах та нормативних документах України, критичному аналізі сучасних праць вітчизняних та зарубіжних авторів, зокрема статей, монографій та інших наукових публікацій.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (55 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 84 сторінки. Основний зміст викладено на 76 сторінках. Робота містить 28 таблиць, 11 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано тези:

Полонська Ю.О., Осичка О.В. Формування конкурентних переваг торговельних підприємств / Актуальні проблеми менеджменту: матеріали

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретичні основи формування конкурентних переваг підприємства»** досліджено основні наукові підходи до поняття «конкурентна перевага», вивчено основні джерела формування конкурентних переваг, розглянуто особливості розробки конкурентних переваг торговельних підприємств.

У другому розділі **«Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища ПрАТ "Нова Лінія»** проведено дослідження ринку послуг торгівлі ДІУ – товарами за методом п'яти конкурентних сил Майкла Портера, проаналізовано фінансовий стан ПрАТ "Нова лінія" та оцінено його конкурентоспроможність.

У третьому розділі **«Пропозиції щодо формування конкурентних переваг ПрАТ "Нова Лінія"»** обґрунтовано заходи щодо формування конкурентних переваг ПрАТ "Нова Лінія", розроблено проект відкриття нового магазину будівельних матеріалів та оцінено конкурентоспроможність підприємства після заходів.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Дослідження авторських підходів щодо сутності поняття "конкурентна перевага" дозволило встановити, що конкурентна перевага підприємства – це суттєва відмінність, унікальна властивість товару, послуги або торговельної марки, що створює визначену перевагу підприємства над його конкурентами та надає йому можливість зайняти стійку конкурентну позицію на ринку у довготривалому періоді. Найбільш вживаними в науковій літературі підходами до класифікації джерел формування конкурентних переваг є такі: за видами ресурсів, за історичною послідовністю появи, у відповідності до еволюційних шляхів розвитку, за місцем виникнення, за характером чинників конкурентних переваг.

2. За результатами проведеного дослідження ринку послуг торгівлі ДІУ – товарами зазначимо його позитивну динаміку. Проте темпи росту ринку не є стабільними. У відповідності до методу п'яти конкурентних сил Майкла Портера було виявлено, що найбільш суттєвого впливу підприємства галузі зазнають внаслідок дій конкурентів. Останні представлені на ринку розгалуженою мережею будівельних супермаркетів "Епіцентр", дрібними магазинами та будівельними ринками.

3. Формування конкурентних переваг підприємства та заходів, що їх підтримують, повинно ґрунтуватися на результатах дослідження ринку, враховувати оцінку конкурентоспроможності підприємства та його послуг,

брати до уваги результати оцінки фінансово-господарської діяльності підприємства.

Для формування та підтримки конкурентної переваги "зручність місця знаходження магазину для клієнта" запропоновано відкриття невеликих будівельних магазинів з найбільш затребуваним товаром в межах міста. Виконано розрахунок проекту відкриття магазину будівельних матеріалів та доведено його інвестиційну привабливість.

АНОТАЦІЯ

Полонська Ю.О., «Формування конкурентних переваг торговельного підприємства». Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 073 «Менеджмент» за магістерською програмою професійного спрямування «Менеджмент організацій».

Одеський національний економічний університет - м. Одеса, 2018 рік
Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів.

Об'єкт дослідження – мережа будівельних гіпермаркетів ПрАТ "Нова лінія".

У роботі досліджено теоретичні аспекти формування конкурентних переваг підприємства. Проаналізовано ринок послуг торгівлі ДІУ – товарами України з використанням методу п'яти конкурентних сил М. Портера. Обґрунтовано заходи щодо формування конкурентних переваг ПрАТ "Нова Лінія".

Ключові слова: конкурентна перевага, ринок ДІУ - товарів, метод п'яти конкурентних сил.

ANNOTATION

Polonska Y., "Formation of trading enterprise's competitive advantages" Qualifying work for obtaining an educational master's degree in the specialty 073 "Management" in the master's program "Management of Organizations".

Odessa National Economics University - Odessa, 2018

Master's qualification work consists of three sections. Object of study is Private Joint-Stock Company "Nova Liniya".

The master thesis investigates the theoretical aspects of the formation of the enterprise's competitive advantages. The Ukrainian market of DIY goods' trade is analyzed. It was done with using of M. Porter's method of the five competitive forces. The measures to form the competitive advantages of PJSC "Nova Liniya" are grounded.

Key words: competitive advantage, DIY goods market, method of five competitive forces.