

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 конкурентоспроможністю підприємства»

Виконавець:
студент центру заочної та вечірньої форми навчання
Свобода Ігор Максимович _____
/підпис/

Науковий керівник:
к.е.н., доцент
Карпенко Юлія Валентинівна _____
/підпис/

Одеса 2021

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми Сучасний ринок послуг роздрібної торгівлі товарами повсякденного попиту FMCG (Fast Moving Consumer Goods) характеризується поживленням ділової активності та посиленням конкуренції. За таких умов збереження стійкої ринкової позиції підприємства можливо лише шляхом застосування ефективних підходів до управління конкурентоспроможністю, що підвищує актуальність обраної теми дослідження.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних аспектів управління конкурентоспроможністю підприємства й формування заходів щодо управління конкурентоспроможністю ТОВ "Сільпо – Фуд".

Основними завданнями кваліфікаційної роботи є:

- дослідити сутність поняття "конкурентоспроможність підприємства" та визначити методи її оцінки;
- встановити фактори, що впливають на розвиток підприємств ринку послуг роздрібної торгівлі FMCG;
- розробити заходи щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ "Сільпо – Фуд" та надати оцінку конкурентоспроможності підприємства до та після запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є ТОВ "Сільпо – Фуд" – українське підприємство, що працює на ринку послуг роздрібної торгівлі FMCG з 1998 р.

Предметом дослідження є процес управління конкурентоспроможністю підприємства.

Методи дослідження: метод абстрагування (для уточнення сутності поняття "конкурентоспроможність підприємства"), PEST – аналіз (для аналізу стану зовнішнього середовища), експертні методи (для оцінки конкурентоспроможності підприємства); метод аналізу фінансової звітності, методика оцінки інвестиційної привабливості проекту за рекомендаціями ЮНІДО, графік Гантта (для встановлення термінів реалізації проекту).

Інформаційна база дослідження складалася з наукових публікацій вчених, матеріалів періодичних та електронних публікацій. Для аналізу були використані дані бухгалтерської та статистичної звітності підприємства.

Структура та обсяг роботи.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (48 найменування). Загальний обсяг роботи становить 67 сторінки. Основний зміст викладено на 60 сторінках. Робота містить 16 таблиць, 10 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Основні підходи до встановлення сутності поняття "конкурентоспроможність підприємства"»** розглянуто сутність понять "конкуренція" та "конкурентоспроможність підприємства", досліджено класифікаційні підходи до факторів конкурентоспроможності підприємства та до методів оцінювання конкурентоспроможності.

У другому розділі **«Формування пропозицій щодо удосконалення управління конкурентоспроможністю ТОВ "Сільпо-Фуд"»** проаналізовано ринок послуг роздрібної торгівлі FMCG України. Досліджено стан виробничо-господарської та фінансової діяльності ТОВ "Сільпо-Фуд" (мережі "Сільпо", "Фора", "Le Silpo", "Thrash!"), проаналізовано конкурентоспроможність мережі супермаркетів "Сільпо". Запропоновано заходи щодо підвищення конкурентоспроможності мережі супермаркетів "Сільпо", зокрема пропонуються заходи щодо відкриття салат-барів для збільшення ефективності використання власних ресурсів та конкурентних переваг, а також підвищення рівня сервісу через надання додаткових послуг.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного в кваліфікаційній роботі дослідження було зроблено наступні висновки.

1. На підставі дослідження теоретичних основ управління конкурентоспроможністю підприємства нами встановлено, що конкурентоспроможність підприємства являє собою його характеристику, яка встановлює стійкість на ринку порівняно до конкурентів, ґрунтується на ефективному використанні ресурсів та випуску конкурентоспроможної продукції, що дозволить зберегти або збільшити ринкову частку. В залежності від цілей оцінки та специфіки підприємства найбільш вживаними методами оцінювання конкурентоспроможності можна вважати групу індексних та експертних методів, оскільки саме перші з них надають можливість отримання інтегральної оцінки конкурентоспроможності підприємства, а другі – можливість аналізу якісних факторів конкурентоспроможності.

2. За результатами PEST – аналізу ринку послуг роздрібної торгівлі товарами повсякденного попиту FMCG встановлено, що найбільш впливовими факторами зовнішнього середовища є економічні, з яких найсуттєвіший вплив здійснює рівень розвитку підприємництва та бізнес-структур. Даний фактор необхідно врахувати з розробкою програми реагування на нього.

3. Для підвищення конкурентоспроможності підприємства запропоновано реалізувати інвестиційний проект відкриття салат – бару на території супермаркету "Сільпо", який дозволив би залучити додатково клієнтів та збільшити обсяги реалізації. Він є достатньо економічним, оскільки не потребує значних торговельних площ та значних витрат на утримання. За результатами впровадження запропонованого заходу загальна оцінка конкурентоспроможності підприємства зростає. Таким чином, заходи дозволяють підвищити конкурентоспроможність ТОВ "Сільпо Фуд" на ринку послуг роздрібної торгівлі товарами повсякденного попиту (відносний коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства зростає відповідно з 0,962 до 1,022).

АНОТАЦІЯ

Свобода І.М. «Управління конкурентоспроможністю підприємства».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра

зі спеціальності 073 «Менеджмент»

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2021.

У роботі розглядається сутність понять "конкуренція" та "конкурентоспроможність підприємства", зокрема досліджено класифікаційні підходи до факторів конкурентоспроможності підприємства, методи оцінювання конкурентоспроможності.

Проаналізовано ринок послуг роздрібної торгівлі FMCG України за методом PEST – аналізу, встановлено найбільш впливову фактор зовнішнього середовища.

Запропоновано заходи з підвищення конкурентоспроможності мережі супермаркетів "Сільпо", зокрема пропонуються заходи щодо відкриття салат-барів на території супермаркетів "Сільпо" .

Ключові слова: конкурентоспроможність, управління конкурентоспроможністю, фактори конкурентоспроможності, ринок роздрібної торгівлі України, ТОВ "Сільпо".

ANNOTATION

Svoboda I.M. "Enterprise competitiveness management".

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

073 «Management»

Odessa National Economics University. – Odesa, 2021.

Scientific work explores the real meaning of the "competition" and "competitiveness of the enterprise" concepts. It explores the classification approaches of enterprise competitiveness factors and competitiveness estimation methods.

Within the work, we use the PEST - analysis method to analyze the market of FMCG retail services of Ukraine and to establish the most influential factor of the external environment.

Eventually, measures to increase the competitiveness of the "Silpo" supermarkets chain are proposed, in particular, the opening of salad bars on the territory of "Silpo" supermarkets.

Key words: competitiveness, competitiveness management, competitiveness factors, retail market of Ukraine, "Silpo" LLC.