

**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 конкурентними перевагами підприємства»**

**Виконавець:**

студентка центру заочної та  
вечірньої форми навчання

Хорєва Анастасія Олександрівна \_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник:**

канд.екон.наук, доцент

Карпенко Юлія Валентинівна \_\_\_\_\_  
/підпис/

**Одеса 2022**

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Рухливі трансформації зовнішнього середовища вимагають від підприємств скоординованих зусиль з захисту власної конкурентної позиції. Забезпечити це можливо шляхом пошуку, формування та підтримки конкурентних переваг. Ефективне управління конкурентними перевагами надає можливість підприємству бути на ринку більш успішним за суперників, проте вимагає певних зусиль в напрямку оновлення асортименту продукції (послуг), відстеження сучасних fashion-трендів, тенденцій розвитку техніки та технології тощо. Все вищеперераховане є актуальним для підприємств ринку косметологічних та парикмахерських послуг, які в постпандемічних умовах втратили левову частку доходів та намагаються наздогнати втрачене.

**Метою кваліфікаційної роботи** є вивчення теоретичних основ управління конкурентними перевагами підприємства та розробка пропозицій щодо удосконалення управління конкурентними перевагами салону краси «Версаль».

**Основними завданнями** кваліфікаційної роботи є:

- дослідити теоретичні основи управління конкурентними перевагами, зокрема встановити сутність поняття «конкурентна перевага»;
- проаналізувати ринок косметологічних та перукарських послуг України;
- оцінити конкурентоспроможність салону краси «Версаль»;
- запропонувати заходи з підвищення конкурентоспроможності салону краси «Версаль».

**Об'єктом дослідження** є підприємство, яке надає парикмахерські та косметологічні послуги, салон краси «Версаль».

**Предметом дослідження** є процес управління конкурентними перевагами підприємства.

**Методи дослідження** включають: метод порівняння (для встановлення сутності поняття «конкурентна перевага»), метод PEST-аналіз (для аналізу ринку косметологічних та перукарських послуг), метод попарного порівняння (для встановлення значущості факторів конкурентоспроможності салонів краси), метод фотографії робочого дня та хронометражу (для вивчення витрат робочого

часу робітників салону краси), правила пріоритетів (для встановлення послідовності обробки замовлень клієнтів на надання послуги).

Інформаційну базу дослідження створюють законодавчі акти та нормативні документи України, сучасні наукові праці, зокрема статті, монографії та інші наукові та галузеві публікації.

Практична значущість роботи полягає у можливості використання розроблених рекомендацій для формування графіку обслуговування клієнтів салону краси.

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (38 найменувань) та додатку. Загальний обсяг роботи становить 66 сторінок. Основний зміст викладено на 61 сторінках. Робота містить 23 таблиці, 8 рисунків.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

У першому розділі **«Теоретичні основи управління конкурентними перевагами підприємства»** розглянуто сутність поняття «конкурентна перевага», вивчено процес управління конкурентними перевагами підприємства; досліджено методичку оцінки конкурентоспроможності підприємства.

У другому розділі **«Розробка пропозицій щодо удосконалення управління конкурентними перевагами салону краси «Версаль»»** проаналізовано ринок перукарських та косметологічних послуг України, оцінено конкурентоспроможність салону краси «Версаль» та розроблено заходи щодо її підвищення, зокрема запропоновано новий підхід до складання графіку надання послуг клієнтам, встановлено обґрунтовані норми часу виконання окремих послуг.

## **ВИСНОВКИ**

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

шляхом систематизації наукових поглядів визначимо конкурентну перевагу як ексклюзивну цінність (або набір цінностей), якою володіє підприємство та яка надає їм перевагу над конкурентами. Це визначення підкреслює унікальну відмінність організації від інших підприємств, наголошує на здатності підприємства добиватися успіхів краще за конкурентів, краще за них використовувати наявні в нього ресурси, що у сукупності дозволить сформувати стійку конкурентну позицію в довгостроковій перспективі.

аналіз ринку косметологічних та перукарських послуг дозволив встановити, що він інтенсивно розвивається: зростають обсяги реалізації послуг, збільшується кількість суб'єктів господарювання, з'являються нові тенденції попиту, що стимулює попит на нові формати: експрес-обслуговування, моностудії тощо. За методом п'яти конкурентних сил Майкла Портера визначено, що найбільш суттєвою є загроза з боку споживачів, що вимагає від підприємства підвищувати якість послуг та розширяти сервіс для клієнтів.

за результатами розрахунку зваженої оцінки конкурентоспроможності з урахуванням питомої ваги факторів конкурентоспроможності, встановлено, що салон краси «Версаль» незначно поступається конкуренту – «RedY», зокрема має проблеми складання зручного розкладу, утримання постійних клієнтів та збереження прибутковості діяльності.

для підвищення конкурентоспроможності підприємства запропоновано змінити підхід до складання графіку надання послуг клієнтам, обслуговуючі в першу чергу постійних клієнтів, а також таких, чиї замовлення мають високу маржинальність. Для зменшення часу, що клієнт очікує в черзі, встановлено обґрунтовані норми часу виконання окремих послуг.

За результатами повторної оцінки конкурентоспроможність підприємства зростає та перевищує відповідний показник конкурента.

## АНОТАЦІЯ

**Хорєва А.О. «Управління конкурентними перевагами підприємства».**

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

**Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2022.**

У роботі розглядаються теоретичні аспекти управління конкурентними перевагами підприємства, зокрема встановлено сутність поняття «конкурентна перевага».

Проаналізовано ринок перукарських та косметологічних послуг України, оцінено конкурентоспроможність салону краси «Версаль»

Запропоновано заходи з посилення конкурентних переваг салону краси «Версаль», зокрема новий підхід до складання графіку надання послуг клієнтам, встановлено обґрунтовані норми часу виконання окремих послуг

*Ключові слова: конкурентні переваги підприємства, ринок косметологічних та перукарських послуг України, метод PEST-аналізу, правила пріоритетів.*

## ANNOTATION

**Khoreva A. "Management of competitive advantages of the enterprise".**

**Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty «073 Management»**

**Odessa National Economics University. – Odessa, 2022.**

The paper considers the theoretical aspects of managing of the enterprise' competitive advantages, in particular, the essence of the "competitive advantage" concept.

The market of hairdressing and cosmetology services of Ukraine is analyzed, the competitiveness of the beauty salon "Versailles" is estimated.

Measures to strengthen the competitive advantages of the beauty salon "Versailles" are proposed. In particular, a new approach to scheduling the provision of services to customers has been developed, reasonable standards of time for the performance of certain services have been established.

*Keywords: competitive advantages of the enterprise, the market of cosmetic and hairdressing services of Ukraine, the method of PEST-analysis, the rules of priorities.*