

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

Кафедра менеджменту

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 Менеджмент
(шифр та найменування спеціальності)

на тему: **«ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ
ПІДПРИЄМСТВА»**
(назва теми)

Виконавець:

студентка факультету економіки та
управління підприємством

Соловйова Анастасія Ігорівна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

_____старший__викладач_____
(науковий ступінь, вчене звання)

Данчева Олена Миколаївна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми Ефективно реалізований стратегічний менеджмент в умовах глобалізації й інтернаціоналізації економічних процесів, коли більша частина товарів і послуг стала доступною споживачам будь-якої країни, дозволяє організаціям і фірмам максимально точно визначити запити цільових груп покупців, зробити їх своїми постійними клієнтами. Підприємству необхідно пропонувати конкурентоздатну продукцію (послуги), щоб отримати стійку конкурентну позицію на ринку. При цьому важлива адаптація підприємства і його своєчасне реагування на зміни зовнішнього середовища, що має в ринковій економіці нестабільний характер. Одним з найважливіших завдань при цьому є підвищення конкурентоспроможності підприємства. Тому дослідження цієї теми і обґрунтування підходів до досягнення конкурентних позицій підприємства є актуальним.

Метою дослідження роботи є дослідження формування конкурентної стратегії на ТОВ «ЗС ГРУПП» та розробка заходів щодо її удосконалення.

Завдання дослідження:

- розкрити сутність конкурентної стратегії та її вплив на ефективне управління підприємством;
- визначити принципи та етапи формування конкурентної стратегії підприємства;
- надати загальну характеристику та провести аналіз фінансово-економічної діяльності ТОВ «ЗС ГРУПП»;
- провести аналіз конкурентного середовища ТОВ «ЗС ГРУПП»;
- обґрунтувати заходи та оцінити ефективність запропонованих інновацій на підприємстві.

Об'єкт дослідження є ТОВ «ЗС ГРУПП».

Предметом дослідження процес формування конкурентної стратегії підприємства.

Методи дослідження: при написанні роботи використовувались методи аналізу фінансової звітності підприємства, статистичного аналізу та ін.

Інформаційна база дослідження під час написання дипломної роботи використовувалися монографії, публікації, наукові статті, дані органів державної статистики, а також бухгалтерська та фінансова звітність підприємства. При написанні роботи використовувались комп'ютерні програми MS Word, MS Excel.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (31 найменування). Загальний обсяг роботи становить 61 сторінку. Основний зміст викладено на 49 сторінках. Робота містить 23 таблиці, 4 рисунки, 1 формулу, 6 діаграмм.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Теоретичні основи формування конкурентної стратегії підприємства**» було визначено сутність конкурентної стратегії підприємства; надано класифікацію конкурентних стратегій підприємства; розглянуто методичні підходи щодо оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

У другому розділі «**Розробка заходів щодо формування конкурентної стратегії підприємства**» було надано загальну характеристику ТОВ «ЗС ГРУПП», проведено аналіз його фінансово-господарської діяльності; проаналізовано стан конкурентоспроможності та розроблені заходи щодо формування конкурентної стратегії підприємства на засадах аромаркетингу.

ВИСНОВКИ

1. Охарактеризовано методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Зроблено висновок, що у зв'язку із зазначеними перевагами і недоліками методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, на нашу думку, варто підходити до цього питання комплексно – застосовувати систему методів для більш повної оцінки конкурентоспроможності підприємства з урахуванням особливостей його господарської діяльності.
2. Надано загальну характеристику підприємства ТОВ «ЗС ГРУПП» та проведено аналіз фінансово-економічної діяльності підприємства. Зроблено висновок, що підприємство достатньо стабільне, всі показники мають додатне значення.
3. Згідно методу SPACE-аналізу для ТОВ «ЗС ГРУПП» керівництву слід дотримуватися агресивної стратегії на ринку, а саме: пошук нових ринків збуту, збільшувати виробництво, знаходити нових партнерів та дистрибуторів і клієнтів.
4. Обґрунтовано заходи та оцінено ефективність запропонованих інновацій на підприємстві. Запропоновано наступні дії щодо формування конкурентної стратегії на підприємстві:
 - встановити обладнання для ароматизації приміщення;
 - провести ароматизовану рекламну кампанію «Audi»;
 - випустити рекламну продукцію з запахом нового автомобілю;
 - прийняти участь у 30-й Міжнародній спеціалізованій виставці автосервісу та післяпродажного обслуговування автомобілів;
 - розробити заходи щодо поліпшення якості обслуговування;
 - оптимізувати знижки.
5. Витрати на заходи з формування конкурентної позиції ТОВ «ЗС ГРУПП» складають 328000 тис. грн. Маржинальний дохід покриє витрати на заходи і забезпечить отримання додаткового прибутку в розмірі: 1001851 тис. грн. Звідси можемо зробити висновок, що запропоновані заходи є економічно обґрунтовані та ефективними.

6. Зважений рейтинг оцінки конкурентоспроможності підприємства виріс з показника 4,1 до показника 4,6, що виводить ТОВ «ЗС ГРУПП» на друге місце, разом з BMW.
7. Заходи, які були запропоновані в дипломній роботі призведуть до зміцнення конкурентоздатності підприємства, формуванню конкурентної стратегії та ефективній його діяльності в майбутньому.