

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту організацій

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності **073 Менеджмент**

«Управління конкурентоспроможністю послуг маркетингу»

Виконавець
студент центру заочної
та вечірньої форми навчання

Руцкий Роман Віталійович
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник
К.е.н., доцент

Балабаш Ольга Сергіївна
(науковий ступінь, вчене звання)

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ОДЕСА – 2023

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми.

Враховуючи сучасний розвиток інформаційних технологій, сфера електронної комерції набула широкої популярності, а кількість платформ онлайн-торгівлі зростає в десятки разів. Одними з найбільш швидкозростаючих сегментів електронної торгівлі є маркетплейси, які стали невід'ємною частиною економіки країни. Конкуренція на ринку маркетплейсів зростає з кожним роком, тому ефективне управління конкурентоспроможністю є критично важливим для їх успішного функціонування та збільшення популярності серед користувачів. Крім того, маркетплейси стикаються зі складними викликами, пов'язаними з розвитком технологій та змінами в поведінці споживачів, що робить управління конкурентоспроможністю особливо складним завданням, що свідчить про актуальність дослідження даної теми.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка напрямів управління конкурентоспроможністю послуг маркетплейсу.

Завдання дослідження:

1. Дослідити теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю послуг маркетплейсу;
2. Проаналізувати мікро та макросередовища галузі електронної торгівлі;
3. Скласти організаційно-економічну характеристику ТОВ «РОЗЕТКА.УА»;
4. Проаналізувати управління конкурентоспроможністю послуг маркетплейсу ТОВ «РОЗЕТКА.УА»;
5. Обґрунтувати заходи з підвищення конкурентоспроможності послуг маркетплейсу ТОВ «РОЗЕТКА.УА».

Об'єктом дослідження ТОВ «РОЗЕТКА.УА».

Предметом дослідження є процес управління конкурентоспроможністю послуг маркетплейсу.

Практична значимість роботи полягає в можливості використання розроблених рекомендацій для удосконалення управління конкурентоспроможності послуг маркетплейсу.

Методи досліджень, використані в кваліфікаційній роботі, включають сучасні загальнонаукові та спеціальні методи: аналіз, синтез, метод аналогії, індукція та дедукція – для дослідження теоретичних аспектів управління конкурентоспроможністю; фінансового аналізу – для оцінки фінансового стану підприємства, статистичного аналізу – для дослідження тенденції розвитку галузі; аналіз конкурентних сил за М. Портером, PEST-аналіз та SWOT-аналіз – для визначення факторів внутрішнього та зовнішнього середовища; метод розрахунку інтегрального показника – для оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

В роботі запропоновано покращити конкурентоспроможність послуг маркетплейсу ТОВ «РОЗЕТКА.УА» за допомогою збільшення точок видачі замовлених товарів шляхом впровадження франчайзингової системи.

Інформаційну базу дослідження склали наукова література, доповіді міжнародних організацій та актуальна статистика, оперативні та звітні дані

маркетплейсу ТОВ «РОЗЕТКА.УА», законодавчі і нормативні акти України. При написанні роботи використано прикладний пакет MS Excel.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (28 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 73 сторінки. Основний зміст викладено на 61 сторінках. Робота містить 13 таблиць, 27 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю послуг маркетплейсу»* розглянуто сутність конкурентоспроможності підприємства, досліджено класифікацію та принципи роботи маркетплейсів, визначено методи оцінювання конкурентоспроможності товарів та послуг.

У другому розділі *«Дослідження управління конкурентоспроможності послуг маркетплейсу на прикладі ТОВ «РОЗЕТКА.УА»»* проаналізовано галузь електронної торгівлі, надано організаційно-економічну характеристику ТОВ «РОЗЕТКА.УА», проведено аналіз управління конкурентоспроможністю послуг маркетплейсу підприємства та його конкурентів, розроблено заходи з покращення конкурентоспроможності послуг маркетплейсу ТОВ «РОЗЕТКА.УА».

ВИСНОВКИ

Проведено аналіз мікро та макросередовище підприємства електронної торгівлі. За результатами PEST-аналізу найбільш негативними зовнішніми факторами впливу на підприємство виявились невизначений термін тривалості війни, зменшення доходів населення та коливання курсів валют. Завдяки моделі Майкла Поттера виявлено, що підприємство має сприятливі умови для подальшого розвитку, однак відчувається суттєва залежність від постачальників.

За результатами SWOT-аналізу виявлено, що компанія має значні переваги, такі як сильна брендова репутація, широкий асортимент товарів та наявність точок видачі замовлень. За рахунок цього компанія спроможна витіснити своїх конкурентів з ринку та збільшувати клієнтську базу. Однак, є деякі слабкі місця, які компанії потрібно вдосконалювати, такі як обмежена можливість збільшення точок видачі та висока залежність від постачальників, що обмежує розширення асортименту продукції.

Основними конкурентами маркетплейсу «РОЗЕТКА.УА» за подібністю категорій пропонованих товарів на торгових майданчиках є Bigl.ua і Prom.ua. За ключовими факторами виконано оцінку конкурентоспроможності маркетплейсу «РОЗЕТКА.УА» у порівнянні з основними конкурентами. У результаті дослідження лідирує маркетплейс Prom.ua (2,62 бали), а досліджуване підприємство знаходиться на другому місці з незначним відривом (2,54 бали). Відповідно до отриманих даних побудовано багатокутник конкурентоспроможності.

Виявлено, що конкурентоспроможність послуг маркетплейсу «РОЗЕТКА.УА» є досить високою, але потребує деяких змін щодо системи лояльності та репутації бренду. Основною конкурентною перевагою досліджуваного маркетплейсу є

можливість розширення точок видачі замовлень в містах України завдяки франчайзинговій системі.

Розроблено заходи та напрямки підвищення конкурентоспроможністю послуг маркетплейсу. Для збільшення замовлень товарів через маркетплейс «РОЗЕТКА.УА» та підвищення конкурентоспроможності послуг маркетплейсу «РОЗЕТКА.УА» запропоновано наступні заходи: збільшувати точки самовивозу за рахунок продажі франшизи.

Запропоновані заходи сприятимуть як підвищенню конкурентоспроможності послуг маркетплейсу «РОЗЕТКА.УА», так і збільшать продажі через майданчик інтернет-магазину, отже очікується зростання чистого доходу від продажів. Визначено прогностичний грошовий потік від реалізації заходів у розмірі 1 412,3 тис грн. Чистий приведений дохід має позитивне значення тому це свідчить про повну окупність інвестицій та їх економічна ефективність.