

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 економічним потенціалом торговельного підприємства»

Виконавець:
студент центру заочної та вечірньої
форми навчання
Садовнікова Наталія Юріївна _____
/підпис/

Науковий керівник:
к.е.н., доцент
(науковий ступінь, вчене звання)
Карпенко Юлія Валентинівна _____
/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми В складних умовах зовнішнього середовища, що характеризуються зростанням потреб клієнтів та активізацією дій конкурентів, виживають лише ті підприємства, що володіють значним економічним потенціалом та ефективно його використовують. Останнє означає, що просто наявності певних ресурсів для протидії конкурентам недостатньо. Важливим є те, наскільки ефективно підприємство використовує власні ресурси та резерви для досягнення максимально ефективного стану операційної системи. Розвиток економічного потенціалу є актуальним і для підприємств формату дрогері – магазинів біля дому, що реалізують непродовольчі товари повсякденного вжитку.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних основ управління економічним потенціалом підприємства та розробка пропозиції щодо управління економічним потенціалом торговельної організації.

Основними завданнями у відповідності до цілі роботи є:

- дослідити теоретичні основи управління економічним потенціалом організації, зокрема розглянути його структуру в розрізі елементів;
- проаналізувати ринок товарів дрогері ритейлу України;
- провести оцінювання економічного потенціалу торговельного підприємства ТОВ "Шик і блиск" та запропонувати заходи щодо його підвищення.

Об'єктом дослідження виступає торговельне підприємство ТОВ "Шик і блиск".

У процесі дослідження використано *методи*: методи групування та систематизації (для встановлення сутності економічного потенціалу та його складових); метод п'яти конкурентних сил М. Портера (для аналізу ринку товарів дрогері ритейлу України), метод оцінки економічного потенціалу на підставі інтегральних та загальних показників (для оцінки економічного потенціалу підприємства); блок-схема організації процесу (для опису продажів, cross – та up – продажів в магазині), деревоподібна діаграма (для вибору варіанту організації самовивозу товару з магазину), критерій прийняття рішень стосовно встановлення знижок до ціни на товар (для обґрунтування знижки клієнтів в програмі лояльності)

Інформаційна база досліджень складалася з наукових публікацій вчених (статей, монографій, тез доповідей), статистичних матеріалів та нормативно-законодавчих документів.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що сформовані пропозиції можуть бути використані на підприємстві для вдосконалення його діяльності та кращого використання наявних ресурсів.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (35 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 76 сторінок. Основний зміст викладено на 72 сторінках. Робота містить 24 таблиць, 15 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «*Теоретичні основи управління економічним потенціалом підприємства*» розглянуто теоретичні аспекти управління економічним потенціалом

підприємства, зокрема визначено сутність поняття «економічний потенціал підприємства», проаналізовано структуру економічного потенціалу підприємства, вивчено основні методи та показники оцінювання економічного потенціалу.

У другому розділі «Формування пропозицій щодо управління економічним потенціалом ТОВ «Шик і блиск»» проаналізовано ринок товарів дрогері ритейлу, оцінено економічний потенціал підприємства. Запропоновано посилити маркетингову складову економічного потенціалу шляхом організації cross та up – продаж, самовивозу товару з магазинів, а також формування системи лояльності за фазою життєвого циклу клієнта.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Економічний потенціал розуміється як здатність до ефективного використання ресурсів та резервів організації для досягнення максимально ефективного стану операційної системи. Серед складових економічного потенціалу найбільш обґрунтованими та часто вживаними є кадровий; фінансовий; виробничий, маркетинговий, інноваційно-інвестиційний елементи.

2. За результатами проведеного аналізу ринку дрогері – ритейлу встановлено, що до повномасштабного вторгнення обсяг продажу товарів краси та догляду за оселею зростав, за виключенням останнього року. На ринку присутні сильні впливові компанії (частка найбільшої торговельної мережі в цьому форматі складає 77%). Визначено, що найбільш впливовою конкурентною силою є сила покупців. Ринкова влада покупців виявляється за можливістю впливу на компанію, а також в реакції чутливості споживача на зміну ціни. У зв'язку з цим доцільно формувати заходи, що дозволять підвищити лояльність покупців та знизити вірогідність їх переходу до іншої торговельної мережі.

3. Нами встановлено, що підприємство має достатньо високий рівень економічного потенціалу (сектор «достатня привабливість»). Проте з огляду на результати дослідження ринку вважаємо за потрібне посилити маркетингову складову економічного потенціалу шляхом організації cross та up – продаж, самовивозу товару з магазинів, а також формування системи лояльності за фазою життєвого циклу клієнта. За результатами повторної оцінки економічного потенціалу ТОВ "Шик і блиск" після змін можна встановити, що за результатами заходів він збільшився.

АНОТАЦІЯ

Садовнікова Н.Ю. «Управління економічним потенціалом торговельного підприємства».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «073 Менеджмент». Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2024.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти управління економічним потенціалом підприємства, зокрема визначено сутність поняття «економічний потенціал підприємства», проаналізовано структуру економічного потенціалу підприємства, вивчено основні методи та показники оцінювання економічного потенціалу.

Проаналізовано ринок товарів дрогері ритейлу, оцінено економічний потенціал підприємства.

Запропоновано посилити маркетингову складову економічного потенціалу шляхом організації cross та up – продаж, самовивозу товару з магазинів, а також формування системи лояльності за фазою життєвого циклу клієнта.

Ключові слова: економічний потенціал підприємства, ринок товарів дрогері ритейлу, cross – продажі, up – продажі, фаза життєвого циклу клієнту.

ANNOTATION

Sadovnikova N.Yu. "Management of the economic potential of a trading enterprise.

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty «073. Management». Odessa National Economics University. – Odessa, 2024.

The paper examines the theoretical aspects of managing the economic potential of the enterprise, in particular, the essence of the concept of "economic potential of the enterprise" is defined, the structure of the economic potential of the enterprise is analyzed, the main methods and indicators of economic potential assessment are studied.

The market of drugstore retail goods was analyzed, and the economic potential of the enterprise was assessed.

It is proposed to strengthen the marketing component of the economic potential by organizing cross and up sales, self-pickup of goods from stores, as well as forming a loyalty system based on the phase of the client's life cycle.

Key words: the economic potential of the enterprise, the drugstore retail market, cross sales, up sales, the phase of the customer's life cycle.