

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

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за
магістерською програмою професійного спрямування «Економіка управління та
планування бізнесу»

на тему: «Економічне обґрунтування напрямків підвищення
конкурентоспроможності в роздрібній торгівлі (на прикладі ТОВ "Гаджет
Трейдінг")»

Виконавець:

студент ЦЗФН факультету

Іванченко Анастасія Олегівна _____

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Маркітан Олександр Сергійович _____

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Конкуренція є основною умовою, за якою працює ринковий механізм, тому що забезпечує стабільне зростання економіки, розмаїтість асортименту і високу якість товарів та послуг. В умовах глобалізації та інтеграції України у міжнародні економічні зв'язки суттєво посилюється роль конкурентоспроможності. Вона є однією з важливих характеристик ефективності підприємств та можливостей їх подальшого розвитку.

Зараз вітчизняні підприємства поступаються місцем в секторах економіки зарубіжним, які завойовують основні сегменти ринку. Розуміючи це, вітчизняні підприємства в умовах жорсткої конкурентної боротьби ставлять перед собою такі цілі як: задоволення потреб, що існують на ринку, отримання максимального прибутку і збільшення обсягів збуту, розширення частки внутрішнього і зовнішнього ринку, забезпечення необхідного рівня якості продукції за конкурентною ціною, впровадження нових технологічних процесів і модернізацію обладнання. Ці фактори визначають актуальність вивчення конкурентоспроможності в Україні.

Значний внесок у вивчення теоретичної складової конкурентоспроможності внесли М. Портер, А. Курно, Ф. Еджуорт, Дж. Робінсон, Ж.-Ж. Ламбен, Ф. Котлер, Д. Кемпбел, Б. Х'юстон, С.І. Савчук, Г.Л. Азоєв, А.Ю. Юданов.

Мета наукового дослідження - обґрунтування теоретичних та методичних положень і розробка практичних рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств торгівельної сфери.

Завдання наукового дослідження є наступними:

- визначення сутності конкурентоспроможності підприємств;
- вивчення методів оцінки конкурентоспроможності торговельних підприємств;
- визначення особливостей дослідження конкурентоспроможності залежно від виду економічної діяльності;
- характеристика фінансово-економічної діяльності ТОВ «Гаджет Трейдінг»;
- аналіз конкурентного середовища та конкурентоспроможності ТОВ «Гаджет Трейдінг»;
- аналіз сучасного стану ринку роздрібною торгівлі гаджетами в Україні;
- визначення і розробка напрямів та заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства;
- оцінка ефективності запропонованих заходів та їх впливу на конкурентоспроможність підприємства.

Об'єкт дослідження – процеси підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Гаджет Трейдінг».

Предметом дослідження є теоретичні та методичні основи формування конкурентоспроможності торговельних підприємств та шляхи її підвищення.

Методи дослідження. Для вирішення завдань, поставлених в роботі, були використані наступні методи: за допомогою прийомів співставлення уточнено сутність поняття «конкурентоспроможність», для визначення фінансового стану

підприємства та його конкурентоспроможності використані методи порівняльного аналізу, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, економіко-математичні методи.

Інформаційна база дослідження. Інформаційною базою дослідження послужили наукові праці, законодавчі акти, статистичні дані та дані фінансової звітності ТОВ «Гаджет Трейдінг».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (50 найменувань) та 4-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 81 сторінку. Основний зміст викладено на 67 сторінках. Робота містить 19 таблиць та 8 рисунків.

Публікація. За результатами дослідження опубліковано наукову статтю на тему: «Напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі» в збірнику наукових праць «Науковий вісник Одеського національного економічного університету».

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні основи конкурентоспроможності підприємства» надано визначення поняття «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємства», визначено основні методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства та особливості дослідження конкурентоспроможності підприємства в залежності від види економічної діяльності.

У другому розділі «Аналіз конкурентного стану ТОВ «Гаджет Трейдінг» надана характеристика та проаналізовано фінансовий стан ТОВ «Гаджет Трейдінг», проведено оцінку конкурентоспроможності ТОВ «Гаджет Трейдінг» та проаналізовано ринок роздрібної торгівлі гаджетами в Україні.

У третьому розділі «Економічне обґрунтування шляхів підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Гаджет Трейдінг» визначення напрямів та заходів підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Гаджет Трейдінг», надана оцінка ефективності розроблених заходів та оцінено основні проектні ризики.

ВИСНОВКИ

Розгляд теоретичних питань конкурентоспроможності підприємства, аналіз фінансового стану та конкурентоспроможності ТОВ «Гаджет Трейдінг» дозволив сформулювати наступні висновки.

1. Конкурентоспроможність підприємства – це реальна та потенційна спроможність підприємства проектувати, виготовляти та збувати в тих чи інших конкретних умовах продукцію, яка користується більш пріоритетним попитом у споживачів при умові ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. Конкурентоспроможність підприємства може бути визначеною як її порівняльна перевага по відношенню до інших фірм даної галузі всередині країни та за її межами.

2. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства можна поділити на наступні: якісні методи оцінки; кількісні методи; матричні, аналітичні, графічні методи; метод, що базується на оцінюванні конкурентоспроможності продукції підприємства; метод, заснований на теорії ефективної конкуренції; інтегральний метод; метод бенчмаркінгу та інші.

3. Для розмежування підприємств за видами економічної діяльності використовується класифікатор видів економічної діяльності (КВЕД). КВЕД - статистичний інструмент, специфічним принципом якого є об'єднання підприємств в групи за ознакою: подібність товарів чи послуг, які виробляє та надає підприємство, або використання подібних процесів для виготовлення товарів і надання послуг. Аналізуючи конкурентоспроможність підприємства, необхідно враховувати особливості процесу аналізу в залежності від виду економічної діяльності підприємства.

4. ТОВ «Гаджет Трейдинг» займається роздрібною торгівлею гаджетів та аксесуарів. Компанія налічує 50 магазинів по всій країні, має інтернет магазин «Citrus.ua», розвиває власну мережу сервісних центрів, а також пункти прокату електротранспорту. Має власні освітні простори «ЦеХаб» та «Цитрус Академія», де проводиться навчання в різних сферах сучасних технологій.

5. В роботі проведений комплексний економічний аналіз фінансового стану ТОВ «Гаджет Трейдинг». За аналізований період показники фінансової діяльності підприємства постійно збільшувалися. Аналіз ліквідності підприємства показав, що воно спроможне в будь-який час погасити свої борги та має можливість використати надлишок коштів на інвестиційні або ж інші проекти для підвищення прибутку. Оцінка фінансової стійкості показала, що підприємство є фінансово стійким та з кожним роком покращує показники фінансової стійкості. Протягом досліджуваного періоду тип фінансової стійкості підприємства залишався незмінним і визначається як абсолютна фінансова стійкість підприємства. Аналіз рентабельності показав, що показники рентабельності за період 2015-2017 рр. знаходяться на достатньому рівні.

6. Проведений аналіз показав, що ТОВ «Гаджет Трейдинг» має можливості для підвищення результатів своєї діяльності. На результати економічної діяльності підприємства найбільший вплив мають економічні чинники, зокрема рівень інфляції та скорочення доходів споживачів. Оцінка конкурентного середовища показала, що конкурентне середовище є досить сприятливим для підприємства, вплив конкурентних сил є незначним і підприємство має змогу розвиватися.

7. З метою підвищення конкурентоспроможності, збільшення обсягів продажу та формування сприятливого іміджу ТОВ «Гаджет Трейдинг» доцільно організувати безкоштовне навчання клієнтів користуванню придбаними пристроями. Для цього необхідно створити відділ безкоштовного навчання клієнтів та організувати його роботу. Працівники відділу будуть розташовані на п'яти торгових точках Одеси в різних районах, щоб кожен клієнт, який потребує навчання, зміг його пройти. Необхідно також облаштувати спеціальні класи, в яких буде проводитися навчання. Додатково пропонуємо створити методичний посібник, який клієнт зможе придбати за бажанням в класі. Мета посібника – закріпити отримані знання на занятті та, в подальшому, використовувати при виникненні питань. В посібнику будуть викладені в простій та зрозумілій кожному формі як елементарні правила використання, так і матеріали про розширені можливості пристрою.

8. Другим заходом щодо підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Гаджет трейдинг» є проведення рекламної кампанії. З усієї розмаїтості засобів реклами для компанії пропонуємо наступні: зовнішня реклама в Одесі; радіо-реклама на «Просто

Раді.о»; контекстна реклама Google AdWords. Проведення цих заходів дозволить збільшити обсяги реалізації товарів та покращить імідж компанії.

9. Оцінка ефективності заходів з підвищення конкурентоспроможності показала, що прибуток, який підприємство отримає від реалізації цих заходів, значно перевищує витрати на їх впровадження. Витрачені на заходи кошти окупляться дуже швидко. Тобто запропоновані заходи є ефективними та можуть бути впроваджені в діяльність ТОВ «Гаджет Трейдинг», оскільки вони допоможуть підвищити рівень конкурентоспроможність підприємства.

10. Оцінка проектних ризиків показала, що сумарна ймовірність виникнення можливих ризиків на всіх фазах реалізації проекту складає 20,28%, тобто проект є мало ризикованим та може бути впроваджений в діяльність ТОВ «Гаджет Трейдинг».

АНОТАЦІЯ

Іванченко А.О., «Економічне обґрунтування напрямків підвищення конкурентоспроможності в роздрібній торгівлі (на прикладі ТОВ "Гаджет Трейдінг")».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності «076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за магістерською програмою «Економіка планування та управління бізнесом». - Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2018.

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – процеси підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Гаджет Трейдінг».

У роботі розглядаються теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємства, а також основні методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства. Проаналізовано фінансовий стан ТОВ «Гаджет Трейдінг» та надано оцінку його конкурентоспроможності.

Запропоновано створення відділу безкоштовного навчання клієнтів, проведення рекламної кампанії. Проведено оцінку економічної ефективності проекту. Проаналізовано можливі ризики та визначено рівень ризикованості запропонованих заходів.

Ключові слова: конкурентоспроможність, фактори конкурентоспроможності, підвищення конкурентоспроможності, роздрібна торгівля, ринок, торговельне підприємство, стратегія, конкурентна стратегія.

ANNOTATION

Ivanchenko A. O., «Economic justification of the directions of increasing competitiveness in retail trade (on the example of LLC "Hadzhet Treidinh")».

Thesis for Master degree in specialty «076 Entrepreneurship, trade and stock-taking activity» under the program «Economics of Management and Business Planning». - Odessa National Economic University. - Odessa, 2018.

Master's qualification work consists of three sections. The object of research is the processes of increasing the competitiveness of LLC "Hadzhet Treidinh".

The work deals with the theoretical aspects of the competitiveness of the enterprise, as well as the basic methods of assessing the level of competitiveness of the enterprise. Author analysis the financial condition of LLC " Hadzhet Treidinh" and assessed its competitiveness. It is proposed to create a department of free customer training, an advertising campaign. An estimation of economic efficiency of the project is conducted. The potential risks were analyzed and the risk level of the proposed measures was determined.

Keywords: competitiveness, factors of competitiveness, increase competitiveness, retail, market, trading company, strategy, competitive strategy.