

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 конкурентною позицією підприємства Нова Пошта»

Виконавець:

студент факультету менеджменту,
обліку та інформаційних технологій
Гарабажиу Вікторія Вікторівна _____
/підпис/

Науковий керівник:

викладач
Горбатюк Валентина Вікторівна _____
/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Сучасне бізнес-середовище характеризується динамічністю, жорсткою конкуренцією та постійними змінами. В таких умовах вижити та досягти успіху можуть лише ті підприємства, які здатні ефективно управляти своєю конкурентною позицією.

Управління конкурентною позицією дозволяє підприємствам адаптуватися до змін, аналізувати конкурентне середовище та розробляти оптимальні стратегії для досягнення цілей. Управління конкурентною позицією включає в себе інноваційні підходи та стратегії, які дозволяють підприємствам займати лідерські позиції на ринку через розробку нових продуктів, послуг або методів виробництва. Актуальність роботи полягає в необхідності дослідження ключових аспектів конкурентної боротьби на ринку та особливостей розробки стратегії, що забезпечує стійку конкурентну позицію.

Метою дослідження визначення особливостей та розробка рекомендації щодо управління конкурентною позицією підприємства.

Для досягнення мети дослідження поставлені наступні **завдання**:

- визначити сутність та поняття конкурентної позиції підприємства та розглянути теоретичні аспекти її формування;
- дослідити особливості функціонування на ринку поштових послуг;
- провести аналіз внутрішнього середовища ТОВ «Нова Пошта»;
- визначити поточну конкурентну позицію ТОВ «Нова Пошта» та розробити заходи щодо її покращення

Об'єктом дослідження є ТОВ «Нова Пошта».

Предметом дослідження є комплекс теоретичних, організаційно-методичних та практичних засад управління конкурентною позицією підприємства ТОВ «Нова Пошта».

Методи дослідження. У роботі використано методи аналізу й синтезу для визначення сутності поняття «конкурентна позиція». Метод порівняльного аналізу для аналізу методів визначення конкурентної позиції та типів конкурентних позицій. Метод узагальнення до дослідження процесу управління конкурентною позицією

підприємства. Методика М.Портера для дослідження основних тенденцій ринку поштового зв'язку. Метод SNV-аналізу для узагальнення результатів дослідження внутрішнього середовища ТОВ «Нова Пошта». Метод конкурентного аналізу для визначення поточної конкурентної позиції підприємства.

Практична значущість роботи полягає у розробці рекомендацій щодо покращення конкурентної позиції досліджуваного підприємства за рахунок відкриття інноваційного терміналу у м.Одеса.

Інформаційна база дослідження: наукові статті, монографії за темою роботи; фінансова звітність, внутрішня звітність та статутні документи досліджуваного підприємства

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (43 найменування). Загальний обсяг роботи становить 63 сторінки. Основний зміст викладено на 54 сторінках. Робота містить 27 таблиць, 17 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні основи управління конкурентною позицією» встановлено сутність поняття «конкурентна позиція», проаналізовано сучасні методи визначення конкурентної позиції та досліджено процес управління конкурентною позицією підприємства.

У другому розділі «Аналіз поточного стану та розробка заходів щодо покращення конкурентної позиції ТОВ «Нова Пошта» визначено основні тенденції ринку поштових послуг, проаналізовано поточний стан підприємства «Нова Пошта», визначено поточну конкурентну позицію підприємства та розроблено рекомендації щодо покращення конкурентної позиції ТОВ «Нова Пошта»

Для покращення конкурентної позиції ТОВ «Нова Пошта» запропоновано поглиблення автоматизації процесів на основі відкриття інноваційного терміна в м.Одеса, що значно збільшить прибутковість підприємства.

ВИСНОВКИ

За результатами написання кваліфікаційної роботи, ми дійшли наступних висновків:

1. На основі критичного аналізу літератури виділено два підходи до його трактування: конкурентна позиція як положення або стан підприємства; конкурентна позиція як сукупність характеристик підприємства. Обґрунтовано доцільність визначення конкурентної позиції як відображення конкурентних взаємин, результатів боротьби на ринку і визначає можливості існування підприємства в конкурентному середовищі. Проведено порівняльний аналіз конкурентних позицій підприємства (домінуюча, прибуткова, надійна, слабка), виділено їх особливості, переваги й недоліки. Проаналізовано основні методи визначення конкурентної позиції з визначенням аспекту аналізу, їх переваг та недоліків. Досліджено особливості процесу управління конкурентною позицією підприємства та запропоновано модель управління конкурентною позицією підприємства, яка складається з етапів: визначення поточної конкурентної позиції; аналіз внутрішнього потенціалу; вибір напрямку покращення конкурентної позиції; формування конкурентної стратегії підприємства; реалізація конкурентної стратегії підприємства; діагностика та корегування дій; досягнення запланованої позиції.

2. За результатами аналізу ринку поштових послуг за методикою М.Портера визначено рівень впливу конкурентних сил на галузь: внутрішньогалузева конкуренція, споживачі та товари заміники – середній рівень впливу; споживачі та потенційні конкуренти - низький рівень впливу.

3. За результатами аналізу внутрішнього середовища ТОВ «Нова Пошта» визначено сильні сторони діяльності підприємства (збільшення обсягів реалізації, швидкість доставки, кількість відділень, маркетингові заходи, лояльність клієнтів, географічне покриття) та слабкі сторони діяльності підприємства (ціна на послуги, плинність кадрів та фінансовий стан підприємства).

4. За результатами аналізу основних учасників ринку поштових операторів визначено, що головним конкурентом ТОВ «Нова Пошта» є АТ «Укрпошта». За результатами конкурентного аналізу визначено, що підприємство займає позицію

лідера ринку, й визначено, що підприємство поступається головному конкуренту за ціновою політикою. За результатом дослідження можливих напрямків оптимізації ціни визначено, що для покращення конкурентної позиції ТОВ «Нова Пошта» необхідним є поглиблення автоматизації процесів. Для реалізації обраного напрямку запропоновано відкриття інноваційного терміна в м.Одеса. На основі розрахунків, ми визначили, що реалізація проекту є доцільною, оскільки проект принесе чисті грошові надходження у розмірі 1 354 376 тис.грн, а термін окупності проекту складає 2 роки й 2 місяці.