

Міністерство освіти і науки України
Мукачівський державний університет

Кафедра менеджменту та управління економічними процесами

ДИПЛОМНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА
на тему:

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНОГО
ПІДПРИЄМСТВА

Виконала
студентка II курсу
групи МО-2мз
освітнього ступеня «Магістр»
спеціальності 073 «Менеджмент» _____ Медвідь Світлана Іванівна

Науковий керівник
к.е.н., доцент _____ Феєр Оксана Валеріївна

Робота допускається до захисту:
Завідувач кафедру менеджменту
та управління економічними процесами
д.е.н., професор _____ Проскура В.Ф.

ЗМІСТ

Вступ	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ	5
1.1 Управління конкурентоспроможністю підприємства торгівлі: сутність, значення, етапи	5
1.2 Методичний інструментарій оцінювання конкурентоспроможності підприємств торгівлі	17
Висновки до розділу 1	25
РОЗДІЛ 2 ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ СУПЕРМАРКЕТУ «SILVERLANDGRAND»	26
2.1 Характеристика діяльності супермаркету «SilverlandGrand»	26
2.2 Аналіз конкурентоспроможності супермаркету «SilverlandGrand»	43
Висновки до розділу 2	56
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ	57
3.1 Формування конкурентної стратегії торговельного підприємства в сучасних умовах	57
3.2 Бенчмаркетинг як інструмент управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства	66
Висновки до розділу 3	76
Висновки та пропозиції	77
Список використаних джерел	79
Додатки	84

ВСТУП

Ринкові перетворення в Україні поступово переходять в нову фазу, для якої характерно якісна зміна умов функціонування вітчизняних ринків. Зараз спостерігається експансія на вітчизняний ринок транснаціональних мережевих торгових компаній, таких як METRO Cash & Carry GmbH, Auchan, інші, що володіють колосальним досвідом організації торгівлі на світових ринках. Український ринок стає дуже привабливим для іноземних роздрібних торгових мереж. Щоб вижити в конкурентній боротьбі, українські підприємства торгівлі повинні сформувані інноваційні стратегії щодо вдосконалення діяльності з метою забезпечення конкурентних переваг.

Сьогодні підприємство є однією із найважливіших ланок усієї економічної системи країни, основною базою для задоволення потреб суспільства та держави. Проте з розвитком ринкових відносин, в яких особливу роль відіграє конкуренція між суб'єктами господарювання, постає проблема підтримання стійкості та зростання бізнесу для кожного підприємця. Саме тому особливої уваги потребує розробка процесу управління конкурентоспроможністю підприємств на базі постійного моніторингу кон'юнктури ринку, позицій конкурентів на ньому, розробка нових методів вдосконалення виробничого, збутового та управлінського процесів, урахування зміни смаків та уподобань споживачів, зміцнення слабких сторін та ліквідація загроз бізнесу.

Проблеми управління конкурентоспроможністю підприємств вивчаються багатьма вченими. Класичними працями з основ конкурентоспроможності є праці А. Смита, І. Ансофа, Й. Шумпетера, М. Портера. Питанням оцінки конкурентоспроможності присвячено розробки Г. Азоева, Ю. Горбачук, Ю. Іванова, С. Клименко, Д. Погребняк та ін. Істотний внесок у розроблення теоретичних, методологічних і прикладних засад удосконалення управління конкурентоспроможністю зробили багато

зарубіжних і вітчизняних вчених, зокрема Л. В. Балабанова, Г. С. Бондаренко та інші.

Метою магістерської дипломної роботи є аналіз процесу управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства та визначення шляхів його підвищення. Для досягнення мети поставлено такі завдання:

- розгляд сутності поняття «конкурентоспроможність» та «управління конкурентоспроможністю торговельного»;
- характеристика основних етапів процесу управління конкурентоспроможністю підприємства;
- визначення методичного інструментарію оцінювання конкурентоспроможності підприємств торгівлі;
- оцінювання управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства
- визначення основних шляхів підвищення конкурентоспроможності торговельного підприємства.

Об'єктом дослідження є конкурентоспроможність торговельного підприємства. Предметом - процес управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства.

Теоретичною та методичною основою дипломної магістерської роботи є положення економічної теорії, наукові роботи зарубіжних та вітчизняних учених в галузі управління конкурентоспроможністю підприємства.

У процесі дослідження використовувались наступні методи: узагальнення, порівняння, аналізу, синтезу, об'єктивності, системності, порівняльно-економічного аналізу.

Окремі результати дипломної магістерської роботи пройшли апробацію на Міжнародній науково-практичній конференції «Управління соціально-економічними трансформаціями господарських процесів: реалії та виклики» (18-19 квітня 2019 р., м. Мукачево). Пропозиції сформовані у висновках даної роботи можуть мати практичне застосування підприємствами торгівлі.

Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел.

ВИСНОВКИ

В умовах ринкових відносин особливо важливим завданням для кожного підприємства стає управління його конкурентоспроможністю. Цей процес є складовою частиною загальної системи управління підприємством, який спрямований на систематичне вдосконалення характеристик продукції, розширення каналів збуту, зростання кількості покупців та середньої вартості його покупки. Така політика розвитку компанії має орієнтуватися на певні умови, зокрема на ступінь НТР, ефективність використання ресурсів, рівень фінансової незалежності компанії тощо. Для кожної галузі економіки характерний своєрідний набір інструментів забезпечення конкурентних переваг підприємства. Для торговельних підприємств такими є: широкий асортимент продукції, її висока якість та доступний рівень цін, зручна презентація продукції, швидкість обслуговування на касі тощо.

З метою підвищення рівня конкурентоспроможності досліджуваного підприємства пропонуємо наступне:

- проведення ефективної асортиментної політики, щоб досягти конкурентних переваг;
- створення та впровадження локальних брендів (власних торговельних марок);
- підвищення оборотності фінансових ресурсів за допомогою комплексу заходів, головною з яких є високотехнологічна логістика;
- розробити стратегію розвитку супермаркету на наступні 5 років;
- провести логістичний аудит зовнішнього бізнес-середовища, в якому діє логістика;
- розробити загальні характеристики ланцюгів поставок, що дадуть змогу забезпечувати кращу доставку необхідних товарів і послуг;
- порівняти логістику з кращими зразками, вивчити показники роботи організацій-лідерів, вибрати параметри для порівняння фактичних показників із запланованими, оптимальними та показниками конкурентів;

- створити найбільш відповідну організаційну структуру, вбудувати в неї контрольні механізми та системи, що забезпечують роботу логістичної мережі;
- постійно вдосконалювати логістичний процес, реалізувати стратегічні цілі, забезпечити отримання зворотного зв'язку;
- на базі магазину провести опитування у формі анкетування серед торговельно-оперативного персоналу на тему матеріальної та нематеріальної мотивації; на основі даних опитування провести аналіз та виявити найбільш пріоритетний напрямок діяльності у сфері мотивації;
- впровадження інформаційної системи, що відповідає завданням мережевого управління.
- проведення маркетингових досліджень з метою вивчення поведінки покупців, визначення мотивації здійснення покупок та розробки психологічних портретів споживачів.



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>