



Іванов Олександр Олександрович

Факультет аграрного менеджменту

(<https://nubip.edu.ua/structure/fam>)

Кафедра: адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності

(<https://nubip.edu.ua/node/1135>)

Спеціальність: 073 Менеджмент (<https://nubip.edu.ua/node/2969/5>)

Освітня програма: Адміністративний менеджмент ІМА (МВА)

(<https://nubip.edu.ua/node/1599/18>)

Тема магістерської роботи: «Управління конкурентною стратегією підприємства»

Керівник: Коваленко Наталія Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент

ПУБЛІКАЦІЇ

ПОСТЕР



НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Факультет аграрного менеджменту
Кафедра адміністративного менеджменту та ЗЕД

«Управління конкурентною стратегією підприємства»

Виконавець: Іванов Олександр, Адміністративний менеджмент, ІМА (МВА) Науковий керівник: к.е.н., доцент Коваленко Наталія



Анотація роботи
Мета дослідження: обґрунтування теоретичних засад та розробка практичних рекомендацій при впровадженні на підприємстві конкурентної стратегії та управління нею. Для досягнення поставленої мети були визначені такі основні завдання:

- Розглянути класифікації та сутність конкурентних стратегій;
- Дослідити формування конкурентної стратегії підприємства;
- Вивчити впливи конкурентної стратегії підприємства;
- Дослідити сучасний стан вітчизняної аграрної галузі;
- Охарактеризувати діяльність ТОВ «Сингента»;
- Проаналізувати конкурентні переваги ТОВ «Сингента»;
- Определити шляхи вибору конкурентної стратегії ТОВ «Сингента»;
- Надати рекомендації з впровадження конкурентної стратегії ТОВ «Сингента».

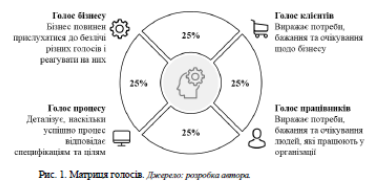
Предмет дослідження: процес управління стратегією підприємства.

Об'єкт дослідження: конкурентна стратегія підприємства.

Методи дослідження: При дослідженні науково-теоретичних аспектів управління збутового політикою підприємства використовувалися емпіричні методи дослідження, зокрема такі як абстрагування, аналіз та синтез, узагальнення, аналіз та синтез, класифікація та пояснення. При написанні другого розділу роботи були застосовані системний та функціональний методи, що дозволили дослідити систему управління стратегією компанії Сингента та розкрити основні напрямки її подальшої оптимізації.

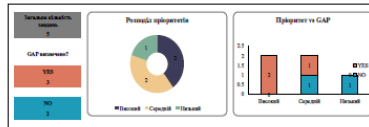
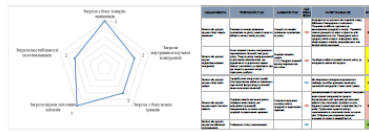
Наукова новизна одержаних результатів роботи полягає в розробці напрямків удосконалення та запровадження інноваційних напрямків управління стратегією підприємства ТОВ «Сингента».

Фактори впливу на управління стратегією підприємства



Найкраща стратегія не повинна протирічати жодному з визначених голосів, як вказано на рисунку. Це означає цілісність, за якою стоїть цілісність, як заборонено порушувати, тому що вони утворюють міцний фундамент всієї системи. Якщо стратегія протирічить будь-якому з голосів, ми повинні шукати далі.

Вплив сил на компанію за моделлю М. Портера та GAP-аналіз



Для зникнення або усунення загрози з боку товарів-замінників необхідно:

- Усувати всі недоліки товару;
- Здійснювати безперервне поліпшення;
- Створювати постійного прагнення до вдосконалення продукції та послуг;

- Показувати якість продукту та/або послуг, підвищувати якість обслуговування клієнтів, запроваджувати нові функції та/або можливості;
- Управління повинні проводити ці зміни та брати на себе відповідальність за них.

Для зникнення або усунення загрози внутрішньоопитуваної конкуренції необхідно спробувати зайняти нішевий сегмент ринку, де конкуренція менша або відсутня.

Для зникнення або усунення загрози з боку нових гравців необхідно постійно проводити моніторинг пропозицій конкурентів і поведінки нових гравців.

Для зникнення або усунення загрози з боку втрати поточних клієнтів необхідно:

- Диверсифікувати портфель клієнтів;
- Знижувати вплив цінової конкуренції на продажі;
- Впроваджувати різні програми для ключових клієнтів і для споживачів, чутливих до ціни;
- Будувати тривалі відносини з клієнтами (від 3-х років).

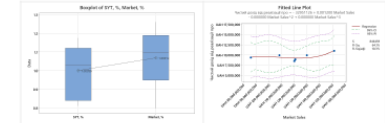
Притягнення практики вибору постачальників та споживачів тільки на основі ціни;

Побудова довгострокових відносин заснована на довірі та взаємній вигоді.

Чиста рентабельність продажу



Аналіз варіантів і регресійний аналіз частотою продажів ТОВ «Сингента» та ринку України, %



Стратегічні цілі та завдання для оптимальної стратегії на основі теорії Демінга У. та проведеного комплексного аналізу

- Створення постійного прагнення до вдосконалення продукції та послуг на основі контрольних карт Шухарта;
- Управління повинні проводити ці зміни та брати на себе відповідальність за них, використовуючи SMART-методологію для встановлення цілей на основі контрольних карт Шухарта;
- Вбудовування якості в бізнес-процес;
- Притягнення практики вибору постачальників та споживачів тільки на основі ціни. Побудова довгострокових відносин заснованих на довірі та взаємній вигоді;
- Здійснення безперервного поліпшення;
- Навчання на робочому місці для всіх рівнів співробітників;
- Використання підтримки навігас;
- Вітання та усунення страху;
- Усунення бар'єрів між підрозділами. Усі підрозділи мають працювати, як єдина команда, та передбачати можливі проблеми;
- Усунення гасел, акцій і настанов без методичної їх досягнення;
- Усунення кількох стандартів роботи та цільового управління, із заміною їх лідерством;
- Усунення всіх бар'єрів, що позбавляють працівників можливості писатися своєю роботою;
- Заохочення освіти та самовдосконалення;
- Зробити трансформацію справою кожного.

РЕФЕРАТ

Актуальність теми. Теоретичні положення про конкуренцію як рушійну силу розвитку економіки були започатковані в середині XVIII ст. У процесі розвитку погляди на конкуренцію змінювались, і дослідники сходяться на думці, що це поняття достатньо багатогранне. Більшість економістів під конкуренцією розуміють боротьбу (змагання, суперництво) суб'єктів господарювання ринку за досягнення своїх цілей: кращих, вигідніших умов поставок ресурсів, виробництва і збуту товарів, отримання якомога вищого прибутку. Тобто, з точки зору держави та будь-якого об'єкту господарювання конкуренція – це дуже важливо, тому що вона є ключовим елементом ринку: немає конкуренції – немає ринкової економіки.

Метою дослідження є обґрунтування теоретичних засад та



розробка практичних
рекомендацій при впровадженні на підприємстві конкурентної
стратегії та управління нею.

Для досягнення поставленої мети були визначені такі основні
завдання:

- Розглянути класифікації та сутність конкурентних стратегій;
- Дослідити формування конкурентної стратегії підприємства;
- Виявити виклики конкурентної стратегії підприємства;
- Дослідити сучасний стан вітчизняної аграрної галузі;
- Охарактеризувати діяльність ТОВ «Сингента»;
- Проаналізувати конкурентні переваги ТОВ «Сингента»;
- Окреслити шляхи вибору конкурентної стратегії ТОВ «Сингента»;
- Надати рекомендації з впровадження конкурентної стратегії ТОВ «Сингента».

Об'єкт дослідження: конкурентна стратегія підприємства.

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та практичні питання формування конкурентної стратегії підприємства.

Методи дослідження: в ході дослідження використано методи аналізу, спостереження, порівняння, а також фінансово-математичні (статистичні) методи розрахунків ефективності компанії.

Наукова новизна одержаних результатів. В роботі визначені сучасні основи формування конкурентної стратегії ТОВ «Сингента», здійснено дослідження діючої практики використання маркетингових комунікацій на підприємстві ТОВ «Сингента», запропоновані нові наукові рішення щодо конкурентної стратегії компанії.

Практичне значення одержаних результатів. Результати дослідження впроваджуються в ТОВ «Сингента».



Апробація результатів

магістерської роботи. Підготовлені тези для написання статті та участі у конференціях.

КЛЮЧОВІ СЛОВА

КОНКУРЕНЦІЯ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ,
КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ, МАРКЕТИНГОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ,
ТОВ «СИНГЕНТА», ТОС, LEAN SIX SIGMA, РАЕІ-МЕТОДОЛОГІЯ,
КОНТРОЛЬНІ КАРТИ ШУХАРТА, PEST-АНАЛІЗ, GAP-АНАЛІЗ,
SPACE-АНАЛІЗ, SWOT-АНАЛІЗ, ANOVA, РЕГРЕСІЙНИЙ АНАЛІЗ,
SMART-МЕТОДОЛОГІЯ.



ОСОБИСТІ ДОСЯГНЕННЯ

1. Закінчив менеджмент ЗЕД
2. Отримав міжнародну кваліфікацію чорного поясу з Lean Six Sigma
3. Отримав кваліфікацію зі створення цінності через переговори
4. Отримав європейську кваліфікацію внутрішнього аудитора
5. Отримав кваліфікацію з провідного лідерства

РЕЗЮМЕ

ДОСВІД РОБОТИ

Більше 18 років досвіду у процесах виробництва, ланцюгу постачання та офісу. З 2021 року працюю у ТОВ "Сингента".