

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки

Факультет менеджменту

Кафедра менеджменту

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра

студентки Яцук Даріни Юріївни

академічної групи 073-20-5

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Позиціонування як засіб забезпечення конкурентоспроможності (за матеріалами ТОВ «РУШ»)

Керівник кваліфікаційної роботи	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
	Швець В.Я			

Рецензент				
-----------	--	--	--	--

Нормоконтролер	Швець В.Я			
----------------	-----------	--	--	--

Дніпро
2024

ЗАТВЕРДЖЕНО:
завідувач кафедри менеджменту

_____ Швець В.Я.
(підпис)
«20» травня 2024 року

**ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня бакалавра**

студентці Яцук Д.Ю. академічної групи 073-20-5

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Позиціонування як засіб забезпечення конкурентоспроможності (за матеріалами ТОВ «РУШ»)

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 27 травня 2024 р. № 474-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретичний	Теоретичні засади застосування позиціонування як засобу забезпечення конкурентоспроможності підприємства	20.05.2024 р. – 28.05.2024 р.
Аналітичний	Аналіз діяльності ТОВ «РУШ» в конкурентному середовищі	29.05.2024 р. – 10.06.2024 р.
Рекомендаційний	Впровадження проекту позиціонування для забезпечення конкурентоспроможності ТОВ «РУШ»	11.06.2024 р. – 20.06.2024 р.

Завдання видано _____ Швець В.Я.
(підпис керівника)

Дата видачі « 20 » травня 2024 року

Дата подання до екзаменаційної комісії « 21 » червня 2024 року

Прийнято до виконання _____ Яцук Д.Ю.
(підпис студента)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи бакалавра
студентки групи 073-20-5
НТУ «Дніпровська політехніка»
Яцук Даріни Юріївни

на тему: **Позиціонування, як засіб забезпечення конкурентоспроможності (за матеріалами ТОВ «РУШ»)**

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ПОЗИЦІОНУВАННЯ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА, КОСМЕТИЧНА ГАЛУЗЬ, КОНКУРЕНЦІЯ, РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ, РИНОК КОСМЕТИЧНИХ ПОСЛУГ.

Структура роботи: 71 сторінок комп'ютерного тексту; 16 рисунків; 34 таблиці; 32 джерел посилання.

Об'єкт розроблення – процес забезпечення конкурентоспроможності за рахунок позиціонування підприємства.

Мета роботи – теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо забезпечення конкурентоспроможності за рахунок позиціонування підприємства.

Основні результати кваліфікаційної роботи бакалавра полягають у такому: розглянуто теоретичні засади застосування позиціонування як засобу забезпечення конкурентоспроможності підприємства; охарактеризовано діяльність ТОВ «РУШ» в умовах сталого розвитку; проаналізовано внутрішні та зовнішні конкурентні умови ТОВ «РУШ»; проведено фінансово-економічний аналіз діяльності ТОВ «РУШ»; запропоновано проєкт позиціонування для ТОВ «РУШ» на ринку косметичних послуг, що передбачає встановлення аналізатору шкіри обличчя (SkinBar) в мережі магазинів «Єва»; оцінено ефективність запропонованих заходів.

Методи дослідження – систематизації, порівняння, графічні (статистичні, процесні та аналітичні дані у наочному вигляді), табличний, проєктний підхід та методи аналізу: TOWS-матриця, PEST-аналіз, п'ять конкурентних сил Портера, матриця БКГ, аналіз конкурентного середовища експертним методом, інтегральний показник конкурентоспроможності продукції.

Результати кваліфікаційної роботи бакалавра рекомендовано для використання підприємствами, що спеціалізуються на роздрібній торгівлі косметичними засобами.

Сфера застосування – забезпечення конкурентоспроможності за рахунок позиціонування підприємства.

Економічна ефективність запропонованих заходів – при інвестиціях у розмірі 3038066 тис. грн, які складаються на 69% з власних коштів (2083699 тис. грн) і на 31% з залучених коштів (954367 тис. грн) та наявних чистих грошових потоків, NPV дорівнює 221598,1 тис. грн, та є позитивним, що свідчить на користь високої ефективності проєкту позиціонування. Показник IRR дорівнює 32,03% і перевищує вартість власного капіталу на 7,03%. Дисконтований термін окупності менше за тривалість реалізації проєкту і дорівнює 4,7 роки.

Значимість роботи – економічно обґрунтовано впровадження проєкту позиціонування для ТОВ «РУШ» на ринку косметичних послуг шляхом встановлення аналізатору шкіри обличчя у великих торгових точках мережі магазинів «Єва», задля збільшення частки ринку в нішевому сегменті на 81% проти 79% на даний момент.

ABSTRACT

of qualification paper for the Bachelor's degree
by the student of the academic group 073-20-5

Dnipro University of Technology

Yatsuk Darina

Title: Positioning as a means of ensuring competitiveness (based on the materials of «RUSH» LLC)

KEY WORDS: POSITIONING, COMPANY COMPETITIVENESS, COSMETIC INDUSTRY, COMPETITION, RETAIL TRADE, COSMETIC SERVICES MARKET.

Structure: 71 printed pages; 16 figures; 34 tables; 32 references.

Object of development – the process of ensuring competitiveness through enterprise positioning.

The aim of the paper – theoretical substantiation and development of practical recommendations for ensuring competitiveness through enterprise positioning.

The main findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are as follows: the theoretical principles of the application of positioning as a means of ensuring the competitiveness of the enterprise are considered; the activity of LLC «RUSH» in terms of sustainable development is characterized; internal and external competitive conditions of LLC «RUSH» were analyzed; a financial and economic analysis of the activities of LLC «RUSH» was carried out; a positioning project was proposed for RUSH LLC in the market of cosmetic services, which involves the installation of a facial skin analyzer (SkinBar) in the chain of stores «Eva»; the effectiveness of the proposed measures was evaluated.

Research methods – systematization, comparison, graphic (statistical, process and analytical data in a visual form), tabular, project approach and analysis methods: PEST-analysis, TOWS-matrix, Porter's five competitive forces, BCG matrix, analysis of the competitive environment by expert method, integral indicator of product competitiveness.

The finding of the qualification paper for the Bachelor's degree are recommended for use by companies specializing in the retail trade of cosmetics.

Application – ensuring competitiveness by positioning the company.

Financial viability of the proposed measures – with investments in the amount of 3038066 thousand UAH, which consist of 69% of own funds and 31% of borrowed funds and available net cash flows, the NPV is 221598,1 thousand UAH, and is positive, which indicates the high efficiency of the positioning project. The IRR indicator is equal to 32.03% and exceeds the cost of equity by 7.03%. The discounted payback period is less than the duration of the project and equals 4,7 years.

The value of the research – the implementation of a positioning project for LLC «RUSH» in the market of cosmetic services by installing a facial skin analyzer in large retail outlets of the «Eva» chain of stores is economically justified, in order to increase the market share in the niche segment by 81% against 79% at the moment.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАСТОСУВАННЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ЯК ЗАСОБУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	Error! Bookmark not defined.
1.1 Сутність концепції позиціонування та стратегій, що забезпечують встановлення унікальності підприємства на ринку.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Особливості формування позиціонування та його роль у створенні іміджу підприємства	Error! Bookmark not defined.
1.3 Забезпечення конкурентоспроможності за допомогою правильного позиціонування на ринку.....	Error! Bookmark not defined.
2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «РУШ» В КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	Error! Bookmark not defined.
2.1 Характеристика діяльності ТОВ «РУШ» в умовах сталого розвитку	Error! Bookmark not defined.
2.2 Аналіз діяльності ТОВ «РУШ» в конкурентних умовах	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Аналіз зовнішніх конкурентних умов..	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Аналіз внутрішніх конкурентних умов	Error! Bookmark not defined.
2.3 Фінансово-економічний аналіз діяльності ТОВ «РУШ»	Error! Bookmark not defined.
3 ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЄКТУ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «РУШ»	Error! Bookmark not defined.
3.1. Обґрунтування проєкту позиціонування ТОВ «РУШ» на ринку косметичних послуг	Error! Bookmark not defined.
3.2 Впровадження та реалізація проєкту позиціонування ТОВ «РУШ» на ринку косметичних послуг.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Оцінка ефективності проєкту позиціонування ТОВ «РУШ» на ринку косметичних послуг	Error! Bookmark not defined.
ВИСНОВКИ.....	Error! Bookmark not defined.
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ.....	Error! Bookmark not defined.
ДОДАТОК А	Error! Bookmark not defined.

ВСТУП

Актуальність теми обумовлена конкуренцією, яка є основою функціонування підприємства на ринку. У сучасному світі успіх компанії залежить від її здатності виділятися серед конкурентів і пристосовуватися до мінливих уподобань споживачів. Підприємства повинні зосереджувати свою увагу не лише на якості продукції чи послуг, а також створювати унікальні пропозиції, слідкувати за ринковими тенденціями, впроваджувати новітні технології, формувати культуру всередині підприємства та будувати ефективні стратегії маркетингу. Особливого значення набуває позиціонування, що виступає як ключовий засіб формування конкурентоспроможності підприємства. За допомогою правильно сформованого позиціонування компанія може створити чіткий образ себе у свідомості споживачів, виділитися серед конкурентів, підвищити лояльність споживачів і зміцнити свої позиції на ринку. Відтак, підприємство має можливість утримувати не лише існуючих клієнтів, а й залучати нових, тим самим забезпечуючи стабільність і розвиток.

Крім того, позиціонування дає можливість підприємству оцінити власну унікальність, визначити сильні та слабкі сторони, які можна перетворити на переваги, що позитивно вплине на конкурентоспроможності компанії. Окрім цього, позиціонування допомагає керівництву більш точно визначити цільову аудиторію, сформувати позитивний імідж компанії, забезпечити стійкий попит та адаптувати продукт чи послугу до потреб і очікувань потенційних клієнтів.

В умовах високої конкуренції, де не виділятися на тлі конкурентів означає втрату прибутку, конкурентоспроможність стає ключовим фактором для виживання та процвітання підприємства, а позиціонування – невід’ємна складова успіху компанії, що допомагає не лише у залученні уваги клієнтів, а й підвищити конкурентоспроможність компанії.

Мета кваліфікаційної роботи – теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо забезпечення конкурентоспроможності за

рахунок позиціонування підприємства.

Для досягнення поставленої мети в кваліфікаційній роботі було вирішено наступні завдання:

- розглянути теоретичні засади застосування позиціонування як засобу забезпечення конкурентоспроможності;
- охарактеризувати особливості формування позиціонування та його роль у створенні іміджу підприємства;
- дослідження забезпечення конкурентоспроможності підприємства за допомогою правильно сформованого позиціонування на ринку;
- характеристика ТОВ «РУШ» в умовах сталого розвитку;
- аналіз внутрішніх та зовнішніх конкурентних умов ТОВ «РУШ»;
- фінансово-економічний аналіз діяльності ТОВ «РУШ»;
- сформовано проєкт позиціонування для ТОВ «РУШ» на ринку косметичних послуг;
- оцінена ефективність проєкту аналізатора шкіри обличчя для ТОВ «РУШ» на ринку косметичних послуг.

Об'єкт розроблення – процес забезпечення конкурентоспроможності за рахунок позиціонування підприємства.

Предмет розроблення – теоретичні, методичні та практичні підходи до формування позиціонування ТОВ «РУШ» на ринку косметичних послуг.

Для написання кваліфікаційної роботи було використано наступні методи: систематизації, табличний, порівняння, графічні (аналітичні, статистичні та процесні дані у наочному вигляді), проєктний підхід та методи аналізу: TOWS-матриця, оцінка конкурентоспроможності організації метод експертної оцінки, матриця БКГ, PEST-аналіз, п'ять конкурентних сил Портера, інтегральний показник конкурентоспроможності продукції.

Практична значущість одержаних результатів полягає у впровадженні проєкту позиціонування ТОВ «РУШ» на ринку косметичних послуг, який передбачає встановлення аналізатору шкіри обличчя у великих торгових точках мережі магазинів «Єва». При інвестиціях у розмірі 3038066 тис. грн,

які складаються на 69% з власних коштів (2083699 тис. грн) і на 31% з залучених коштів (954367 тис. грн) та наявних чистих грошових потоків, NPV дорівнює 221598,1 тис. грн, та є позитивним, що свідчить на користь високої ефективності проекту позиціонування. Показник IRR дорівнює 32,03% і перевищує вартість власного капіталу на 7,03%. Дисконтований термін окупності менше за тривалість реалізації проекту і дорівнює 4,7 роки.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи – публікація тез доповіді на конференцію – Яцук Д.Ю., наукові керівники Швець В.Я., Іванова М.І. Позиціонування як засіб забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Тиждень студентської науки: Матеріали сімдесять дев'ятої студентської науково-технічної конференції* (Дніпро, 8-12 квітня), 2024 р. С. 413-415 [34].