

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»

Отдел магистратуры
Кафедра инновационного управления

Аннотация к магистерской диссертации

**СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ МАГАЗИНА
МЕДИЦИНСКОЙ ОДЕЖДЫ MEDPLUS В МИНСКЕ**

ОСТРОУМОВ Илья Витальевич

Научный руководитель
Зезюля Елена Михайловна,
Заместитель директора по развитию ООО «Рид Групп»

Минск, 2022

СТРАТЕГИЯ, СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ, ПЛАНИРОВАНИЕ, ПОДХОДЫ, МЕТОДЫ, МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ, ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, PEST-АНАЛИЗ.

В процессе написания работы использовались аналитический метод, методы сопоставления и сравнения, метод графической интерпретации, метод горизонтального и вертикального анализа, прогнозирования, методы БКГ, SWOT.

Цель магистерской диссертации – на основе проведенного стратегического анализа деятельности компании разработать содержание и инструменты реализации стратегии развития Магазина «Med Plus» в г. Минске на среднесрочную перспективу (3-5 лет).

Объект исследования – Магазин «Med Plus».

Результаты и новизна исследования: в реальных условиях белорусской экономики в процессе деятельности новых экономических структур повышается фактор неопределенности и увеличивается коммерческий риск, связанный с производством продукции, товаров, услуг, их реализацией, товарно-денежными операциями, коммерцией. Поэтому предприятиям необходимо контролировать динамику рынка, уровень и специфику конкуренции между производителями товаров-аналогов, поставщиками и потребителями. В связи с этим в современных экономических условиях возникает необходимость разработки стратегии развития компании, которая становится основополагающим стержнем в управлении организацией, который должен обеспечивать ее устойчивое экономическое развитие, повышение конкурентоспособности производимой продукции и обеспечение роста конкурентной позиции на рынке.

Область применения полученных результатов: для предпринимателей занимающихся продажей медодежды.

Структура работы: работа состоит из введения, трех глав и заключения.

Объем работы: 97 с.

Количество таблиц: 29.

Рисунков: 38.

Формул: 3.

Использованных источников: 51.

Приложений: 4.

STRATEGY, DEVELOPMENT STRATEGY, PLANNING, APPROACHES, METHODS, IMPLEMENTATION MECHANISM, IMPLEMENTATION TOOLS, COMPETITIVENESS, PEST-ANALYSIS.

In the process of writing the work, the analytical method, methods of comparison and comparison, the method of graphical interpretation, the method of horizontal and vertical analysis, forecasting, BCG, SWOT methods were used.

The purpose of the master's thesis is to develop the content and tools for implementing the development strategy of the Med Plus Store in Minsk in the medium term (3-5 years) based on the strategic analysis of the company's activities.

The object of the study is the Med Plus Store.

Results and novelty of the study: in the real conditions of the Belarusian economy, in the process of the activity of new economic structures, the uncertainty factor increases and the commercial risk associated with the production of products, goods, services, their sale, commodity-money transactions, and commerce increases. Therefore, enterprises need to control the dynamics of the market, the level and specifics of competition between manufacturers of analogues, suppliers and consumers. In this regard, in the current economic conditions, it becomes necessary to develop a company development strategy, which becomes the fundamental core in the management of the organization, which should ensure its sustainable economic development, increase the competitiveness of products and ensure the growth of a competitive position in the market.

Scope of the obtained results: for entrepreneurs involved in the sale of medical clothing.

The structure of the work: the work consists of an introduction, three chapters and a conclusion.

Scope of work: 97 pages.

Number of tables: 29.

Drawings: 38.

Formulas: 3.

Sources used: 51.

Applications: 4.

Стратэгія, стратэгія развіцця, планаванне, падыходы, метады, механізм рэалізацыі, інструменты рэалізацыі, канкурэнтаздольнасці, PEST-АНАЛІЗ.

У працэсе напісання працы выкарыстоўваліся аналітычны метады, метады супастаўлення і параўнання, метады графічнай інтэрпрэтацыі, метады гарызантальнага і вертыкальнага аналізу, прагназавання, метады БКГ, SWOT.

Мэта магістарскай дысертацыі – на аснове праведзенага стратэгічнага аналізу дзейнасці кампаніі распрацаваць змест і інструменты рэалізацыі стратэгіі развіцця Крамы “Med Plus” у г. Мінску на сярэднетэрміновую перспектыву (3-5 гадоў).

Аб'ект даследавання - Крама "Med Plus".

Вынікі і навізна даследавання: у рэальных умовах беларускай эканомікі ў працэсе дзейнасці новых эканамічных структур павышаецца фактар нявызначанасці і павялічваецца камерцыйная рызыка, звязаная з вытворчасцю прадукцыі, тавараў, паслуг, іх рэалізацыяй, таварна-грашовымі аперацыямі, камерцыйяй. Таму прадпрыемствам неабходна кантраляваць дынаміку рынку, узровень і спецыфіку канкурэнцыі паміж вытворцамі тавараў-аналагаў, пастаўшчыкамі і спажывальцамі. У сувязі з гэтым у сучасных эканамічных умовах узнікае неабходнасць распрацоўкі стратэгіі развіцця кампаніі, якая становіцца асноватворным стрыжнем у кіраванні арганізацыяй, які павінен забяспечваць яе ўстойлівае эканамічнае развіццё, павышэнне канкурэнтаздольнасці прадукцыі і забеспячэнне росту канкурэнтнай пазіцыі на рынку.

Вобласць прымянення атрыманых вынікаў: для прадпрыемстваў, якія займаюцца продажам медадзення.

Структура працы: праца складаецца з увядзення, трох частак і заключэння.

Аб'ём працы: 97 с.

Колькасць табліц: 29.

Малюнак: 38.

Формул: 3.

Выкарыстаных крыніц: 51.

Прыкладанняў: 4.