

**МІНІСТЕРСТВО О СВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Кафедра економіки підприємства та організації підприємницької діяльності  
(найменування кафедри)

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри  
\_\_\_\_\_ Грінченко Р.В.  
(підпис)  
“22” листопада 2022 р.

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня магістра**  
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
(шифр та найменування спеціальності)  
за освітньою програмою професійного спрямування  
«Економіка та стратегія розвитку підприємства»  
(назва освітньої програми)  
на тему: «Управління конкурентоспроможністю підприємства  
(на прикладі ТОВ «Преміум Чай»)»

**Виконавець:**

студент центру заочної та вечірньої форм  
навчання

Баль Калінді Євгенівна \_\_\_\_\_

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Науковий керівник:**

к.е.н., доц.

(науковий ступінь, вчене звання)

Літвінова Вікторія Олександрівна \_\_\_\_\_

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

## **ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ**

**Актуальність теми** Кожне підприємство, що утворюється, розвивається і функціонує на ринку для виробництва товарів чи надання послуг, прагне досягти основної мети – максимізації прибутку. При цьому ця мета може бути досягнута при дотриманні певних параметрів: забезпечення кадрового складу, облік виробничих потужностей, маркетингове вивчення ринку, розвиток системи управлінського апарату, знання економічних характеристик підприємства і т. д. Одним з факторів, що впливають на збільшення прибутку, є визначення конкурентоспроможності самого підприємства над ринком проти іншими організаціями, які виробляють аналогічні чи схожі товари, товари-замінителі. Постійний розвиток ринкової економіки супроводжує розвиток у сфері бізнесу, це обумовлює появу конкурентоспроможних компаній на ринку. Усі вони повинні функціонувати у середовищі з загостреною конкуренцією та з ризиком появи нових загроз. Для того є необхідним розвиток конкурентоспроможності підприємства та пошук нових шляхів її підвищення.

Питаннями вивчення конкурентоспроможності підприємства, і навіть оцінки конкурентоспроможності займалися такі вчені, як О.П. Голубкова, О.М. Печеніна, А.С. Глухова, П.С. Зав'ялова, Г.Л. Багієва, Т.А. Блашенкова, М.О. Єрмолова, А. П. Градов, В.С. Єфремов, Т.М. Каретнікова, І.К. Максимова, Н.С. Яшин, Т. Коно, Р. Мінтсберг, М. Портер, Ф. Котлер, Р.Т. Паскаль, Т. Петерс, Н. Петс та ін.

**Мета дослідження** аналіз в управлінні конкурентоспроможністю підприємства, та на основі наукових джерел і практики сформулювати шляхи підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Преміум Чай»

### **Завдання дослідження:**

- 1) визначити економічну сутність конкурентоспроможності підприємства;
- 2) проаналізувати існуючі підходи щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- 3) визначити особливості в управлінні конкурентоспроможністю напрямки роботи з персоналом підприємства;
- 4) охарактеризувати господарську діяльність ТОВ «ПРЕМІУМ ЧАЙ»;
- 5) провести аналіз зовнішнього и внутрішнього середовища ТОВ «ПРЕМІУМ ЧАЙ»
- 6) оцінити конкурентоспроможність ТОВ «ПРЕМІУМ ЧАЙ»;
- 7) визначити шляхи підвищення конкурентоспроможності ТОВ «ПРЕМІУМ ЧАЙ»;
- 8) розробити заходи щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ «ПРЕМІУМ ЧАЙ»

9) оцінити ефективність заходів щодо підвищення конкурентоспроможності ТОВ «ПРЕМІУМ ЧАЙ».

**Об'єкт дослідження** в роботі є конкурентоспроможність підприємства ТОВ «Преміум Чай»

**Предмет дослідження** є теоретико-методологічні та практичні засади пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства

**Методи дослідження** Методологічною основою для написання випускної роботи стали такі загальнонаукові методи: методи термінологічного та порівняльного аналізу (під час визначення економічної сутності «конкурентоспроможності» підприємства); SWOT-аналіз та статистичний аналіз показників діяльності підприємства (під час аналізу конкурентоспроможності підприємства та шляхів її підвищення); метод узагальнення (при підведенні підсумків дослідження).

**Інформаційна база дослідження** дослідження є законодавчі та нормативноправові акти, монографії і наукові публікації вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів; статистичні матеріали підприємства; аналітичні доповіді; електронні ресурси світової мережі Internet.

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (50 найменувань) Загальний обсяг кваліфікаційної роботи магістра становить 81 сторінки комп'ютерного тексту, містить 16 таблиць та 7 рисунків.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Теоритичні основи управління конкурентоспроможністю підприємства**» розглянуто сутність та поняття конкурентоспроможності підприємства, аналіз існуючих підходів щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства, та особливості в його управлінні

У другому розділі «**Аналіз та оцінка конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Преміум Чай»**» проаналізовані зовнішнє та внутрішнє середовище ТОВ «Преміум Чай» та рівень конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Преміум Чай»

У третьому розділі «**Заходи щодо підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Преміум Чай»**» виділені напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства, та запропоновані шляхи підвищення його підвищення за рахунок побудови іміджу організації та впровадження нового виду продукції на підприємстві ТОВ «Преміум Чай».

## ВИСНОВКИ

Узагальнюючи вищенаведені твердження, можна зробити висновок, що Основною характеристикою підприємства, з точки зору, конкурентної боротьби є його конкурентоспроможність. Вона визначає життєздатність підприємства, результати його виробничо-збутової діяльності в умовах ринкової конкуренції. Конкурентоспроможність – багаторівнева економічна

категорія, складовими рівнями якої є: технологія, товар, підприємство, регіон, галузь і країна. Усі ці рівні взаємозалежні, і оцінка їх стану в першу чергу визначається станом справ на першому рівні. Надана ієрархія передбачає наступне: наявність та поточний стан використання ресурсів кожного нижчого суб'єкта конкуренції формує конкурентоспроможність вищого суб'єкту та має властивість нарощувати його з кожним рівнем ієрархії.

Для управління конкурентоспроможністю підприємства необхідно враховувати всю сукупність внутрішніх та зовнішніх чинників, що вплинули чи потенційно можуть вплинути на її формування. Щодо отримання конкурентних переваг, то існують три основні підходи: акцентований на споживачах, акцентований на конкурентах та традиційний ресурсний підхід.

Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства можна об'єднати в чотири групи. До них входить якісні методи, моделі стратегічного аналізу, суб'єктивні матричні методи. Для оцінки конкурентоспроможності доцільно використовувати одночасно декілька методик оцінювання, задля отримання більш повного уявлення про стан підприємства.

Аналіз зовнішнього середовища підприємства ТОВ «ПРЕМІУМ ЧАЙ» показав, що воно має незадовільний рівень впливу негативних факторів на діяльність підприємства. До цього призвела нестабільна політична ситуація в країні, економічне середовище та соціальне забезпечення. Через це, підприємству необхідно використовувати всі свої можливості, щодо усунення негативних чинників.

Галузь імпорту чайових та кавових напоїв є достатньо конкурентна. Підприємство має велику кількість сильних конкурентів, які мають великі фінансові можливості та переформування частки ринку на свою користь.

Аналіз внутрішнього середовища ТОВ «ПРЕМІУМ ЧАЙ» показав, що, основний показник діяльності компанії, а саме чистий прибуток, має стрімке зниження у 2021 році у порівнянні з попередніми роками.

Проте до сильних сторін організації можна віднести: рівень організації поставок, організація складського зберігання, корпоративну культуру та гарну репутацію на ринку, як роботодавця.

За SWOT-аналізом можемо винести, що підприємство працює в умовах високої конкуренції, економіко-політичної нестабільності на національному ринку. Додатковим випробуванням став воєнний час в країні. Підприємство намагається розширити свої ринки збуту та збільшити прибутковість. Для зменшення ризиків підприємству ТОВ «ПРЕМІУМ ЧАЙ» потрібно збільшувати інформованість покупців на ринку про свою продукцію, проводити рекламні компанії, дегустації.

Відповідно багатотрикутнику який зображений на рис. 2.4 підприємство має ряд недоліків, для усунення яких необхідний комплекс заходів, спрямованих на підвищення конкурентних переваг підприємства на споживчому ринку міста.

На підприємстві були визначені слабкі зони, за допомогою внутрішнього та зовнішнього аналізу конкурентоспроможності. Підприємство має низький рівень формування іміджу організації, що впливає на фінансовий стан. Також за рівнем якостей товарів і послуг підприємство також має проблеми, та довгострокові капіталовкладення не використовуються.