

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту організацій

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 "Менеджмент"

на тему: **«Управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства»**

Виконавець:
студент центру заочної та вечірньої
форми навчання

Щербаченко А.В.

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:
Старший викладач
(науковий ступінь, вчене звання)

Єсіна О.Г.

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ОДЕСА – 2025

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Основною метою для підприємства будь-якої галузі є отримання прибутку та задоволення потреб клієнтів, що вимагає постійного вдосконалення бізнес-процесів, впровадження нових технологій та застосування сучасних стратегій і підходів до управління. Однак досягти цих цілей можна лише за умови, що компанія зберігає свою конкурентоспроможність на ринку.

Підвищення конкурентоспроможності дозволяє підприємствам утримувати свої позиції, відкривати нові можливості для розвитку та зміцнювати довіру серед споживачів і партнерів. Розвиток технологій, зміна потреб клієнтів, політична нестабільність, економічні кризи та інші фактори можуть негативно впливати на діяльність торговельного підприємства.

Ключовим фактором конкурентоспроможності є здатність підприємства швидко реагувати на виклики ринку, забезпечуючи високий рівень обслуговування клієнтів, якість продукції, оптимальну цінову політику тощо. У зв'язку з цим дослідження питань управління конкурентоспроможністю є важливим завданням, яке сприятиме підвищенню ефективності діяльності підприємства.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних та практичних основ формування конкурентоспроможності підприємства та розробка заходів щодо підвищення конкурентоспроможності ПрАТ «Еліта».

Завдання дослідження:

- визначити сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства», проаналізувати фактори впливу, розглянути методи оцінювання конкурентоспроможності;
- дослідити розвиток ринку роздрібної торгівлі;
- надати загальну характеристику та проаналізувати фінансово-економічні показники діяльності ПрАТ «Еліта»;
- оцінити конкурентоспроможність ПрАТ «Еліта»;
- запропонувати шляхи підвищення конкурентоспроможності ПрАТ "Еліта"; обґрунтувати ефективність запропонованих заходів.

Об'єкт дослідження. ПрАТ «Еліта».

Предметом дослідження. Процес управління конкурентоспроможністю підприємства.

Методи дослідження: методи аналізу, синтезу та узагальнення (для отримання теоретичних знань та наукових даних); PEST-аналіз (для оцінки та аналізу зовнішнього середовища); SWOT-аналіз (для виявлення слабких та сильних сторін ПрАТ «Еліта»); методи економічного та статистичного аналізу; фінансового аналізу (для оцінки фінансового стану підприємства); методи побудови таблиць та діаграм; сучасні комп'ютерні технології обробки даних. Практичне значення роботи полягає у

розробці рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності досліджуваного підприємства.

Інформаційну базу дослідження склали: монографії; публікації вітчизняних і закордонних вчених в періодичних збірниках наукових праць; дані органів державної статистики. Також використана фінансова звітність підприємства та ін.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (77 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 80 сторінок. Основний зміст викладено на 72 сторінках. Робота містить 28 таблиць, 24 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства» розглядаються теоретичні основи управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств, розкрито сутність поняття, визначено фактори впливу та методи оцінювання.

Другий розділ «Аналіз конкурентоспроможності ПрАТ «Еліта» присвячено аналізу ринку роздрібної торгівлі в Україні, фінансово-економічної діяльності ПрАТ «Еліта» за період 2022-2024 рр., оцінці конкурентоспроможності компанії, виявленню сильних і слабких сторін.

Запропоновано підвищення конкурентоспроможності підприємства шляхом модернізації його офіційного сайту до рівня інтернет-магазину та активізації просування в соціальних мережах. Проведено попередню оцінку економічної ефективності запропонованих заходів.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Конкурентоспроможність підприємства визначається як його здатність задовольняти потреби споживачів краще за конкурентів, при цьому зберігаючи фінансові результати та ринкові позиції. Вона формується під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів, серед яких особливу роль відіграють: якість продукції; ціноутворення; маркетингова стратегія; рівень цифровізації та управлінські рішення.

Для оцінювання конкурентоспроможності використовуються різноманітні методи, зокрема експертне оцінювання, SWOT-аналіз, метод інтегрального коефіцієнта, порівняльний аналіз тощо.

2. За результатами аналізу ринку роздрібної торгівлі в Україні було встановлено, що на конкурентоспроможність підприємств галузі значний вплив мають політичні та технологічні фактори. Негативний вплив політичної нестабільності та воєнного стану призводить до зниження економічної активності та ускладнює ведення бізнесу. Водночас цифрові інновації надають можливість оптимізувати витрати, залучити клієнтів. Соціальні та економічні фактори характеризуються переважно негативним впливом, пов'язаним зі зниженням купівельної спроможності населення та інфляцією.

3. На основі проведеного аналізу виявлено, що ПрАТ «Еліта» є торговельним підприємством, яке спеціалізується на виготовленні та реалізації власної продукції, а

саме – жіночої спідньої білизни. Компанія має розвинену матеріально-технічну базу, власні торгові марки. Фінансово-економічні показники за 2022–2024 роки свідчать про позитивну динаміку.

4. Проведене дослідження конкурентного середовища та аналіз конкурентоспроможності ПрАТ «Еліта» свідчить, що підприємство має низку сильних сторін. Однак, аналіз рівня конкурентоспроможності у порівнянні з конкурентами показав, що ПрАТ «Еліта» поступається конкурентам за рівнем цифровізації, розвитком збутової мережі, активністю у соціальних мережах, наявністю мобільного додатку та сучасними клієнтськими сервісами.

5. Для підвищення конкурентоспроможності підприємству було запропоновано: здійснити модернізацію офіційного вебсайту підприємства до сайту інтернет-магазину; активізувати просування сайту та компанії у соціальних мережах (Instagram, Facebook).

За результатами розрахунку економічної ефективності визначено, що завдяки впровадженню запропонованих заходів з підвищення конкурентоспроможності, підприємство має отримати додатковий прибуток в сумі 1684 тис. грн. Оцінка рівня конкурентоспроможності після заходів показала зростання рейтингового балу ПрАТ «Еліта» з 3.26 до 4.7, що свідчить про доцільність запропонованих заходів.