

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра Економіки підприємства та організації підприємницької діяльності
(найменування кафедри)

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: **«Фактори підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Компанія «Спорт-Марін»**
(назва теми)

Виконавець:

студент центру заочної та вечірньої форми навчання

Гейна Віталій Віталійович

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н, доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Бабій Олег Миколайович

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність. Функціонування підприємств неможливе без урахування діяльності конкурентів, які визначаються складовими єдиного ланцюга - економіки. Існування підприємств за умов конкурентної боротьби – неминучий чинник, який встановлює право на роботу будь-якого об'єднання. Конкурентна як битва санкціонує вичленування з маси організацій незаперечних лідерів, здатних виготовляти і здійснювати справді якісні та життєво важливі для сучасного життя товари та послуги, які будуть затребувані населенням.

Саме тому важливо розуміти сильні та слабкі сторони конкурентів і, відштовхуючись від цього, набувати аргументованих рішень на користь підйому конкурентоспроможності окремо взятої організації.

Лише виявивши слабкі і сильні боку конкурентів, можна точно оцінити їх потенціал, цілі і стратегії, що санкціонує у майбутньому стратегічно правильно сконцентрувати увагу на тому курсі, де конкурент слабше. І це буде надійним шляхом розширення своїх особистих переваг у конкурентній боротьбі.

Успішність компанії обумовлюється здатністю запропонувати товари та послуги, що найбільше відповідають потребам ринку та споживачів. Внаслідок цього необхідно суттєво приділяти пильну увагу такому значному аспекту підприємства, як конкурентоспроможність.

Актуальність даної теми зумовлена тим, що всі підприємства та організації більшою чи меншою мірою зустрічаються з проблемою конкуренції, тому щоб не зійти з дистанції в умовах жорсткої конкуренції та розвиватися в подальшому, треба проводити аналіз сформованого становища на ринку, а також вживати заходів щодо підвищення конкурентоспроможності.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є розробка заходів з покращення конкурентних переваг підприємства на прикладі ТОВ «Компанія «Спорт-Марін».

Завдання дослідження:

- вивчення сутності конкуренції та конкурентоспроможності підприємства;
- розгляд видів (класифікацій) конкурентних переваг а також чинників, що їх визначають;
- аналіз методичних засад оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- розглянути загальну характеристику ТОВ «Компанія «Спорт-Марін»;
- провести аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Компанія «Спорт-Марін»;
- провести оцінку конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Компанія «Спорт-Марін» в сучасних ринкових умовах;

- надати підприємству рекомендації щодо підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства;
- провести оцінку ефективності запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є ТОВ «Компанія «Спорт-Марін».

Предметом нашого дослідження є процеси, які відбуваються в зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства, які визначають рівень конкурентоспроможності підприємства.

Методи дослідження. При написанні випускної роботи було використано такі методи: індукції та дедукції, теоретичного узагальнення, порівняльного аналізу, абстрактно-логічного підходу та спостереження.

Інформаційна база дослідження. Теоретичною основою дослідження є матеріали навчальної та учбової методичної літератури, праці вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів і, навіть, матеріали науково-практичних конференцій.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (62 найменування) та 2 додатків. Загальний обсяг роботи становить 83 сторінки. Робота містить 25 таблиць, 10 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи підготовлено публікацію Гейна В.В. Чинники, що визначають конкурентні переваги підприємства. *Науковий студентський вісник. Одеський національний економічний університет. Факультет економіки та управління підприємництвом, 2022. № 37 (1). С.106-110.*

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Сутність конкуренції та чинників, що визначають конкурентоспроможність підприємства» розглядаються теоретичні аспекти конкуренції та конкурентоспроможності підприємства, види (класифікації) конкурентних переваг а також чинників, що їх визначають, методичні засади оцінки конкурентоспроможності підприємства.

У другому розділі «Аналіз стану та шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Компанія «Спорт-Марін» проаналізовано стан фінансового-господарської діяльності ТОВ «Компанія «Спорт-Марін» та проведена оцінка конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Компанія «Спорт-Марін» в сучасних ринкових умовах.

У третьому розділі «Резерви росту конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Компанія «Спорт-Марін» запропоновано комплекс заходів з управління конкурентоспроможністю підприємства для підприємства ТОВ «Компанія «Спорт-Марін»: створення сайту, використання інструментів комплексної реклами, використання інструментів медійної реклами, маркетинг в соціальних мережах, PR-статті. Було проведено розрахунки, які свідчать про ефективність запропонованих заходів.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Проведений в першому розділі критичний аналіз показав, що конкурентоспроможність – це складна економічна категорія, яка виражає результат взаємодії всіх елементів системи внутрішніх (виробничих, економічних, науково-технічних та ін.) і зовнішніх (життєутворюючих, адаптивних) відносин між промисловими підприємствами з приводу можливості реалізації даного виду продукції на конкретному ринку та його сегменті. Це комплексне поняття, яке внаслідок щільного зв'язку з категорією «конкуренція», охоплює безліч сторін, чинників та умов суперництва підприємства за прихильність споживачів до товарів певних виробників. конкурентоспроможність підприємства – здатність суб'єкта торгівлі витримати порівняння з аналогічними суб'єктами торгівлі – конкурентами та наявність певних конкурентних переваг перед ними у заданих умовах та певний період часу, під впливом різних внутрішніх та зовнішніх чинників.

2. Процес формування та управління конкурентними перевагами – це одночасний пошук нового, експлуатація та розширення сфери дії існуючої конкурентної переваги, а також усунення компетенцій, що зжили себе. У межах цього процесу здійснюється відбір найефективніших рішень. Стратегічні дії, створені задля розвиток компетенцій, і що забезпечуються належним обсягом необхідних ресурсів, ретельно опрацьовуються, реалізуються і аналізуються на тактичному рівні і призводять до створення стійких конкурентних переваг і високого рівня конкурентоспроможності.

3. Описана класифікація методів аналізу конкурентоспроможності підприємства допоможе спростити процес оцінки конкурентоспроможності підприємства, дозволяючи зробити вибір між аналітичними, аналітико-прогностичними та графічними методами з урахуванням повноти зібраної для аналізу інформації.

4. Компанія «Спорт-Марін» – це представник на українському ринку провідних світових брендів, що випускають високоякісну техніку для активних видів спорту. А саме: гідроцикли, квадроцикли, яхти, снігоходи, аксесуари BRP; яхти Regal; квадроцикли CFmoto та ін.

5. З проведених аналізів видно, за весь аналізований період ТОВ «Компанія «Спорт-Марін» має позитивний результат діяльності. Про це свідчить те, що за 2019-2021 рр. підприємство не несло збитків. Проте негативним явищем є тенденція до зниження розміру валового прибутку. На жаль, позитивних змін у діяльності підприємства було дуже мало. Серед негативних змін необхідно відмітити, скорочення валового прибутку на 28,9 % або на 3699,6 тис.грн., скорочення показника фондівдачі на 15,8 % або на 0,7 грн, продуктивності праці на 23,5 % або на 883,7 грн/чол., зростання витрат на 1 грн реалізованої продукції на 0,03 або 4,26 %. Аналіз фінансової стійкості підприємства свідчить про значну залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування та фінансову нестабільність підприємства.

Протягом 2019-2021 років значно покращились показники рентабельності: рентабельність продажів зросла на 1,3 в.п., рентабельність активів зросла на 14,4 в.п., рентабельність власного капіталу зросла на 2,0 в.п., однак спостерігається скорочення за показником рентабельність продукції на 0,6 в.п.

6. Таким чином, провівши аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища, нами було прийнято рішення, що ТОВ «Компанія «Спорт-Марін», в першу чергу, потрібно здійснити вихід на нові ринки збуту продукції території України та значну вагу приділити розширенню асортименту підприємства, оскільки на даний момент він є дуже вузьким. Підприємство є маловідомим, з високим рівнем не впізнаваності бренду, тому підприємству необхідно приділити значну увагу саме проведенню маркетингових заходів з метою підвищення рівня впізнаваності бренду. Це дасть змогу підприємству ознайомити значну частину потенційних клієнтів з продукцією ТОВ «Компанія «Спорт-Марін». В процесі порівняння конкурентоспроможності методом оцінки порівняльних переваг відповідних підприємств в галузі нами було отримано наступні результати: рівень конкурентоспроможності ТОВ «Компанія «Спорт-Марін» є нижчим відносно підприємств «Motor Leader» та КТМ «Автосалон Одеса. ТОВ «Компанія «Спорт-Марін» поступається підприємству «Motor Leader» за такими чинниками конкурентоспроможності, як: рівень обслуговування, умови відвантаження, післяпродажний сервіс, імідж та бренд підприємства.

7. В процесі аналізу рівня конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Компанія «Спорт-Марін» методом оцінки порівняльних переваг відповідних підприємств в галузі нами було встановлено, що «слабким» місцем підприємства імідж та бренд підприємства, саме тому ми пропонуємо розробити комплекс заходів із покращення іміджу підприємства із метою формування більш впізнаваного підприємства: створення сайту, використання інструментів контекстної реклами, використання інструментів медійної реклами, маркетинг в соціальних мережах, PR-статті.

8. У результаті запропонованих заходів відбувається зростання обсягу чистого доходу від реалізації послуг за рахунок чого буде досягнуто збільшено прибуток підприємства на 2083,1 тис.грн.