

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 бакалавр
зі спеціальності 076 «підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою
«Економіка підприємства та організація підприємницької діяльності»
(назва освітньої програми)

на тему: **«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ
"ШПІРТ ЕНТЕРПРАЙЗЕС"»**
(назва теми)

Виконавець:

студент факультету ФЕУП

Василенко Єлизавета Володимирівна
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент
(науковий ступінь, вчене звання)
Літвінова Вікторія Олександрівна
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. Питання конкурентоспроможності набуває все більшої актуальності в умовах динамічного розвитку ринкових відносин, глобалізації та посилення конкуренції. Сучасні підприємства та компанії не можуть це ігнорувати та вести свій бізнес так само, як і декілька років тому. Всі вони змушені швидко та ефективно адаптуватися до змін зовнішнього середовища. Для підприємств дуже важливо шукати нові шляхи підвищення ефективності своєї діяльності, забезпечувати якість продукції, впроваджувати інновації та оптимізувати витрати, щоб утримати позиції на ринку та мати можливість конкурувати з іншими бізнесами.

Конкурентоспроможність підприємства - це комплексна характеристика, яка показує нам здатність цього бізнесу надавати послуги чи виробляти товари відповідно до попиту на ринку, за конкурентними цінами, з відповідним рівнем якості. Але окрім цього, це ще і показник стійкості підприємства, за яким можна побачити, наскільки воно здатно стратегічного розвитку. Особливо актуальним це є для промислових підприємств, що функціонують у середовищі високої залежності від сировинних ресурсів, цінових коливань та регуляторних змін.

У цьому контексті дослідження конкурентоспроможності ТОВ «Шпірт Ентерпрайзес» дозволяє не лише визначити внутрішні резерви розвитку компанії, а й сформулювати практичні рекомендації щодо її позиціонування на ринку, підвищення ефективності управління та розширення стратегічних можливостей. Це зумовлює необхідність комплексного аналізу чинників, що впливають на конкурентні переваги підприємства, з урахуванням як внутрішніх, так і зовнішніх умов господарювання.

Мета дослідження – на основі теоретичних та практичних узагальнень розробити рекомендації щодо підвищення рівня конкурентоспроможності промислового підприємства ТОВ «Шпірт Ентерпрайзес».

Завдання дослідження:

1. Розглянути теоретичні підходи до визначення сутності конкурентоспроможності підприємства.
2. Вивчити основні фактори та індикатори, що впливають на конкурентоспроможність.
3. Надати загальну організаційно-економічну характеристику ТОВ «Шпірт Ентерпрайзес».
4. Проаналізувати внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства.
5. Оцінити поточний рівень конкурентоспроможності ТОВ «Шпірт Ентерпрайзес» за допомогою відповідних методик.
6. Виявити основні проблеми, що стримують розвиток конкурентних переваг підприємства.
7. Запропонувати напрями удосконалення стратегії розвитку підприємства з метою підвищення його конкурентоспроможності.
8. Оцінити економічну доцільність та потенційний ефект запропонованих заходів.

Об'єкт дослідження – процес забезпечення конкурентоспроможності промислового підприємства.

Предмет дослідження – організаційно-економічні механізми формування та підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Шпірт Ентерпрайзес».

Методи дослідження: у процесі роботи застосовувалися загальнонаукові методи – аналізу та синтезу, індукції та дедукції, порівняння та узагальнення. Для оцінки зовнішнього середовища використано метод PEST-аналізу, для визначення конкурентних позицій – методи SWOT-аналізу та п'яти сил

Портера. Також були використані статистичні та графічні методи для наочності результатів аналізу.

Інформаційною базою дослідження слугували наукові праці українських та зарубіжних дослідників з проблем конкурентоспроможності, аналітичні матеріали, статистичні дані, фінансова звітність ТОВ «Шпірт Ентерпрайзес», а також відкриті джерела – сайти Державної служби статистики України.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (26 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 80 сторінок. Основний зміст викладено на 3-77 сторінках. Робота містить 17 таблиць, 3 рисунки.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів, вступу, висновків та списку використаних джерел. У роботі представлено 19 таблиць та 4 рисунки. Загальний обсяг роботи становить 85 сторінок.

У першому розділі розглянуто теоретичні засади конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкової економіки. Визначено сутність поняття «конкурентоспроможність», охарактеризовано її ключові компоненти та чинники впливу. Проаналізовано сучасні підходи до оцінювання конкурентного потенціалу та окреслено роль маркетингу, інновацій і фінансової стабільності у забезпеченні переваг на ринку.

У другому розділі подано організаційно-економічну характеристику ТОВ «Шпірт Ентерпрайзес». Проведено аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства за 2022–2024 роки, оцінено рівень конкурентоспроможності за допомогою системи показників та здійснено порівняння з еталонними підприємствами галузі. Визначено основні проблемні аспекти, зокрема низьку рентабельність, недостатню широту асортименту та слабку маркетингову активність.

У третьому розділі обґрунтовано напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства. Запропоновано впровадження комплексної маркетингової стратегії та запуск дитячої лінії продукції як інструменти для збільшення обсягів продажів, розширення ринку збуту та підвищення впізнаваності бренду. Проведено розрахунки капітальних витрат, очікуваного приросту прибутку та термінів окупності запропонованих заходів. Оцінено вплив запропонованих рішень на ключові показники діяльності підприємства

ВИСНОВКИ

Отже, у межах виконання кваліфікаційної роботи було досліджено теоретичні, аналітичні та практичні аспекти формування конкурентоспроможності підприємства в умовах сучасного ринкового середовища. На основі аналізу літературних джерел та існуючих підходів до оцінювання конкурентного потенціалу було встановлено, що конкурентоспроможність є комплексною характеристикою, яка визначається поєднанням фінансових, організаційних, маркетингових та інноваційних чинників.

Проведена оцінка діяльності ТОВ «Шпірт Ентерпрайзес» засвідчила, що за низкою важливих показників — зокрема, обсягом виручки, рівнем рентабельності, асортиментною глибиною та часткою ринку — підприємство поступається еталонним компаніям швейної галузі. Серед основних проблем виявлено слабку маркетингову присутність, відсутність чіткої товарної стратегії, недостатню гнучкість у формуванні асортименту та обмеженість у залученні нових споживчих сегментів.

З метою усунення наявних проблем було запропоновано два стратегічні напрями підвищення конкурентоспроможності: реалізація комплексної маркетингової кампанії та запуск нової товарної лінії дитячого одягу. Було обґрунтовано доцільність інвестування в маркетинг як засіб формування бренду, підвищення впізнаваності та збільшення обсягів продажу. Окремо розглянуто економічну ефективність запуску дитячої колекції, що дозволить підприємству розширити цільовий ринок та покращити асортиментну політику.

За результатами розрахунків встановлено, що впровадження запропонованих заходів позитивно вплине на основні фінансово-економічні показники діяльності підприємства. Очікується зростання виручки, поступове підвищення рентабельності та зміцнення позицій компанії у конкурентному

середовищі. Розраховані строки окупності інвестицій становлять відповідно 8 місяців для маркетингових заходів та до 3 років для дитячої лінії, що підтверджує економічну доцільність запропонованих рішень.

Таким чином, реалізація запропонованої стратегії дозволить ТОВ «Шпірт Ентерпрайзес» не лише вирішити актуальні проблеми, а й закласти основу для стабільного розвитку та довгострокового зростання конкурентних переваг на ринку.