Додаток А

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕСУ

(назва факультету)

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

(повна назва випускової кафедри)

РЕФЕРАТ

до дипломної магістерської роботи

на тему

«Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства»

Виконала: студент групи мгЗМЕк-19

спеціальності 051 «Економіка»

(шифр і назва спеціальності)

Демченко Марія Андріївна

(прізвище та ініціали)

Керівник Белялов Т.Е.

(прізвище та ініціали)

Рецензент Костенець В.В.

(прізвище та ініціали)

Київ – 2020

**Актуальність теми.** На сьогоднішній день проблема забезпечення конкурентоспроможності займає одне з центральних місць в економічній політиці держави. Створення конкурентної переваги перед суперниками є стратегічним напрямком програми держави і органів влади всіх рівнів, які забезпечують конкурентоспроможність національної економіки. Конкурентоспроможність стосується всіх рівнів її ієрархії: продукції (послуги і товар), підприємства, регіону і країни в цілому. Актуальність теми дослідження полягає у необхідності пошуку оптимальної політики управління витратами, яка повинна сприяти розвитку підприємства у цілому, а також підвищенню його конкурентоспроможності як одного з найважливіших аспектів, які визначають рівень ефективності функціонування та економічного розвитку організації.

**Метою дослідження** є узагальнення теоретичних підходів та розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення моніторингу конкурентного середовища організації та пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Для досягнення зазначеної мети обов’язковим є вирішення наступних завдань:

* розглянути сутність поняття «конкурентоспроможність», принципи та методи його забезпечення;
* ознайомитись із методами визначення конкурентоспроможності підприємства;
* проаналізувати існуючу структуру витрат підприємства та результати його фінансової діяльності;
* виявити основні зовнішні та внутрішні фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства;
* визначити перспективну конкурентну позицію ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна».

**Об’єктом дослідження** є процес моніторингу конкурентного середовища ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна».

**Предметом дослідження** організаційно-функціональне, методичне та ресурсне забезпечення моніторингу конкурентного середовища ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна».

**Методи дослідження.** Реалізація поставленої мети і завдань здійснювалася шляхом використання загальнонаукових і спеціальних методів наукового пізнання. При дослідженні застосовано діалектичний метод вивчення економічних явищ і процесів, їх взаємозв'язку і розвитку, а також системний підхід і ситуаційний аналіз. У процесі визначення рівня конкурентоспроможності підприємства використовувались аналітичні та графічні методи оцінки. Для оцінки конкурентної стратегії були застосовані методи економічного та статистичного аналізу. Для отримання аналітичної інформації опрацьовувалися дані фінансової та статистичної звітності. Для вирішення конкретних теоретичних і практичних завдань були використані наступні методи: структурно-логічний аналіз, індуктивно-дедуктивний метод, ситуаційний аналіз, структурно-функціональний підхід, методи наукової абстракції, теоретичних узагальнень, порівняння і систематизації, групування і класифікації, SWOT-аналіз, математико-статистичні методи. Теоретичною і методичною базою дослідження є класичні наукові положення вітчизняної та зарубіжної економічної думки у сфері питань управління факторами конкурентоспроможності підприємств. В якості інформаційної бази дослідження використані матеріали підручників, статей і тез провідних вітчизняних і зарубіжних вчених, публікації у друкованих та електронних економічних виданнях і першоджерела.

**Отримані результати** визначення стратегічного напряму розвитку ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна» ґрунтуються на факторах привабливості ринку та конкурентної позиції і дозволяють обґрунтувати рекомендації щодо підвищення ефективності досліджуваного підприємства.

**Висновки.** Таким чином, після дослідження теоретичних питань та проведення аналізу щодо конкурентоспроможності, можна зробити висновок, що конкурентоспроможність є однією із центральних категорій сучасної економічної науки, яка має визначальний вплив на успішність функціонування суб’єктів конкурентних відносин, а також ефективність та стабільність розвитку ринкового механізму в цілому. Таким чином, конкурентоспроможність підприємства можна визначити як спроможність підприємства краще забезпечувати пропозицію товарів, порівняно із конкурентами, за рахунок надання товарам диференційованих властивостей за умов дотримання стандартів якості.

**Рекомендації щодо використання одержаних результатів.** Результати дослідження можуть бути використані підприємствами, що ведуть діяльність на ринку безалкогольних напоїв, для розвитку підприємства і пристосування до сучасних умов ринку, зокрема ІП «КОКА-КОЛА БЕВЕРІДЖИЗ УКРАЇНА». Результати дослідження дозволять підприємствам ефективно конкурувати на ринку, незважаючи на особливості зовнішнього середовища.

**Апробація результатів дослідження.** Основні теоретичні положення та

практичні результати магістерської роботи розглянуто на ІІІ Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Маркетинг очима молоді» 04 червня 2020 року м. Хмельницький.

**Публікації.** За результатами дослідження опубліковано статтю на тему: Використання комплексного показника при оцінці конкурентоспроможності// Збірник статей молодих вчених та студентів за підсумками третьої Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції – Х.- 2020.- с. 47-50

**Ключові слова:**. конкуренція, конкурентоспроможність, підприємство, функції конкуренції, конкурент, конкурентні переваги, конкурентоспроможні товари.