

ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

Факультет економіки та менеджменту
Кафедра менеджменту та маркетингу

Кваліфікаційна робота
на правах рукопису

СІВАКОВСЬКА Альона Анатоліївна

УДК: 658.5:330.3

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Формування конкурентної стратегії ТОВ «Котлозавод «Крігер»

Спеціальність 073 Менеджмент

Подається на здобуття освітнього ступеня «бакалавр»

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

(підпис, ініціали та прізвище здобувача вищої освіти)

Керівник роботи
Лавриненко Світлана Олександрівна
Кандидат економічних наук, доцент

Житомир – 2024

АНОТАЦІЯ

Сіваковська А. А. Формування конкурентної стратегії ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР» – Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття ОС «Бакалавр» за спеціальністю 073 «Менеджмент». – Поліський національний університет Міністерства освіти і науки України, 2024.

У кваліфікаційній роботі досліджені теоретичні, методичні та практичні аспекти формування конкурентоспроможності підприємства на прикладі підприємства ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»». Проведено аналіз сучасного стану конкурентоспроможності підприємства, досліджено сильні та слабкі сторони. Надано рекомендації з формування конкурентної стратегії підприємства включаючи впровадження новітніх технологій для забезпечення стійкого розвитку та підвищення його ринкових позицій.

Ключові слова: підприємство, конкурентоспроможність, управління, розвиток, стратегія.

ANNOTATION

Sivakovska A. A. Formation of a competitive strategy of LLC «KOTLOZAVOD „KRIGER “. - Manuscript.

Qualification work for obtaining OS "Bachelor" in specialty 073 "Management". – Polissia National University of the Ministry of Education and Science of Ukraine, 2024.

In the qualification work, the theoretical, methodical and practical aspects of the formation of the competitiveness of the enterprise were investigated on the example of the enterprise LLC «KOTLOZAVOD „KRIGER “». An analysis of the current state of the enterprise's competitiveness was carried out, strengths and weaknesses were investigated. Recommendations are provided for the formation of the company's competitive strategy, including the introduction of the latest technologies to ensure sustainable development and increase its market position.

Key words: enterprise, competitiveness, management, development, strategy.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1. Чинники формування конкурентоспроможності підприємства	7
1.2. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності	11
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ДІАГНОСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «КОТЛОЗАВОД „КРІГЕР“»	17
2.1. Організаційно-економічна діяльність підприємства.....	17
2.2. Формування конкурентоспроможності продукції підприємства....	22
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «КОТЛОЗАВОД „КРІГЕР“»	25
3.1. Напрямки та шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства.....	25
3.2. Формування конкурентної стратегії підприємства	25
ВИСНОВКИ.....	32
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ДЖЕРЕЛ	34

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Конкурентоспроможність підприємства є ключовим фактором успіху будь-якого напрямку діяльності підприємства на сучасному ринку. В умовах ринкової економіки, що швидко змінюється, підприємства повинні постійно вдосконалювати свої продукти та стратегії управління. ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»» є провідним виробником котельного обладнання в Україні, що постійно стикається з високим рівнем конкуренції. Актуальність теми полягає в необхідності забезпечення стабільного розвитку підприємства та утримання його лідерських позицій на ринку через підвищення конкурентоспроможності продукції.

Аналіз останніх досліджень. Викладення понять конкурентних стратегій та конкурентоспроможності оприлюднено в працях вчених економістів: П'ятницької Г., Дорошенко Ю., Федоніна О., Рєпіної І., Олексюка О., Краснокутської Н., Портера М., Дойля П. та ін. Однак питання формування конкурентоспроможності підприємств та побудови ефективної конкурентної стратегії залишається актуальним.

Мета та завдання дослідження: метою дослідження кваліфікаційної роботи є визначення основних напрямів удосконалення конкурентної стратегії ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»» та розробка рекомендацій щодо її підвищення. Для досягнення цієї мети необхідно вирішити такі завдання:

- 1) дослідити теоретичні аспекти формування конкурентоспроможності та її оцінки;
- 2) проаналізувати ринок котельного обладнання та конкурентів ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»»;
- 3) оцінити якість та ціну продукції підприємства;
- 4) визначити основні конкурентні переваги компанії;
- 5) запропонувати рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності продукції.

Об'єкт і предмет дослідження. Об'єктом дослідження є процес підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкової економіки. Предметом дослідження є методи та інструменти, які використовує ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»» для розробки та реалізації ефективної конкурентної стратегії з метою зміцнення свої позицій на ринку.

Методи дослідження. Кваліфікаційна робота базується на діалектичному методі пізнання соціально-економічних явищ і процесів з використанням системного та ситуаційного підходів. Абстрактно-логічний метод застосовувався для визначення сутності та елементів конкурентоспроможності продукції. Метод синтезу використовувався для адаптації зарубіжного досвіду. Метод порівняльного аналізу допоміг у дослідженні економічних категорій, методики оцінки та напрямів вирішення досліджуваної проблеми. Статистико-економічний метод застосовувався для аналізу сучасного стану та тенденцій розвитку підприємства.

Інформаційна база дослідження: інформаційну базу дослідження складають наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з досліджуваної проблематики, офіційні матеріали статистичних органів, періодичні видання та інформаційні ресурси мережі Інтернет.

Особистий внесок здобувача: теоретичні обґрунтування, практичні розробки, висновки та рекомендації, що містяться в роботі, отримані автором самостійно на основі аналізу та узагальнення теоретичного і практичного матеріалів.

Апробація досліджень: Основні положення кваліфікаційної роботи були викладені в доповідях автора на:

1) Міжнародній науково-практичній конференції молодих вчених, аспірантів, студентів «Менеджмент, маркетинг, логістика: тренди та подолання викликів» (м. Житомир, 05 грудня 2023 р.);

2) Наукові читання – 2024; зб. наукових праць працівників, докторантів, аспірантів та молодих вчених ННІ менеджменту, бізнесу і права Поліського національного університету. Житомир. 2024. 321 с.

Структура та обсяг роботи: кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 37 сторінок, включаючи 10 таблиць та 5 рисунків. Список використаних джерел налічує 46 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Чинники формування конкурентоспроможності підприємства

Конкурентоспроможність визначається як здатність компанії, галузі чи країни ефективно конкурувати на ринку, залучати та утримувати клієнтів, забезпечувати стабільне зростання та отримувати прибуток. Вона базується на ряді чинників, які впливають на здатність суб'єкта витримувати конкуренцію та домагатися успіху. До основних чинників конкурентоспроможності відносяться – економічні, технологічні, соціальні, політичні, ринкові, стратегічні (рис. 1.1) [12].

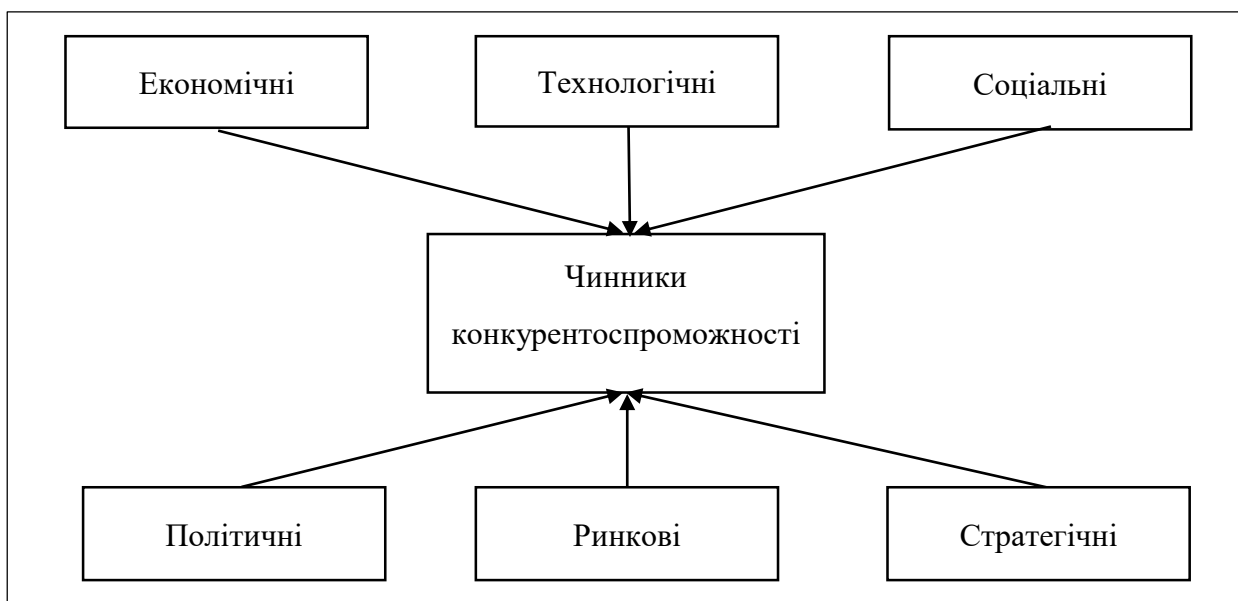


Рис. 1.1. Основні чинники конкурентоспроможності

Джерело: розроблено автором.

Економічні чинники відіграють ключову роль у визначенні конкурентоспроможності. Вартість виробництва є одним із основних факторів. Вона включає витрати на сировину, робочу силу, енергію та інші ресурси. Зниження витрат дозволяє встановлювати конкурентні ціни, що є значною перевагою на ринку. Інфраструктура також має велике значення.

Наявність розвинутої інфраструктури, такої як транспортна, комунікаційна та енергетична, сприяє зниженню витрат і підвищенню ефективності виробництва [12].

Технологічні чинники також відіграють важливу роль. Інноваційні підходи та дослідження сприяють впровадженню нових технологій, розробці нових продуктів і процесів, що підвищують конкурентоспроможність. Рівень автоматизації виробничих процесів знижує витрати та підвищує якість продукції, що є важливим для збереження конкурентних позицій. Інформаційні технології дозволяють оптимізувати бізнес-процеси, поліпшувати взаємодію з клієнтами та партнерами, що також сприяє підвищенню конкурентоспроможності.

Соціальні чинники також впливають на конкурентоспроможність. Рівень освіти та кваліфікації робочої сили є важливим фактором, оскільки високий рівень освіти та кваліфікації сприяє підвищенню продуктивності праці та якості продукції. Соціальна стабільність, відсутність соціальних конфліктів, стабільність у суспільстві та гармонійні трудові відносини також сприяють конкурентоспроможності.

Політичні чинники мають значний вплив на конкурентоспроможність. Регуляторна політика повинна бути прозорою і стабільною, що створює сприятливі умови для ведення бізнесу. Сприятлива податкова політика також є важливим фактором. Державна підтримка підприємництва, зокрема програми підтримки малого та середнього бізнесу, інвестиційні стимули та інші заходи, можуть значно підвищити конкурентоспроможність [23].

Ринкові чинники відіграють важливу роль. Доступ до ринків збуту є критичним для успішної конкуренції. Можливість безперешкодно виходити на нові ринки, дозволяє розширювати ринкову базу та збільшувати продажі. Інтенсивність конкуренції на ринку, рівень монополізації чи наявність багатьох гравців також впливають на конкурентоспроможність. Динаміка ринкового попиту та наявність продуктів, що задовольняють цей попит, є важливими для підтримки конкурентних позицій.

Стратегічні чинники є не менш важливими для конкурентоспроможності. Ефективна маркетингова стратегія включає брендинг, рекламу, роботу з клієнтами, що допомагає залучати нових і утримувати існуючих клієнтів. Сильний бренд та позитивна репутація підвищують довіру споживачів і сприяють зростанню продажів. Партнерства та альянси з іншими компаніями для спільної реалізації проектів, розширення ринків збуту, обміну технологіями також сприяють підвищенню конкурентоспроможності [21].

Таким чином, конкурентоспроможність визначається багатьма чинниками, які взаємодіють між собою і можуть змінювати свій вплив залежно від конкретних умов та ситуацій на ринку. Управління конкурентоспроможністю вимагає комплексного підходу та постійного моніторингу ринкової ситуації.

Також чинники конкурентоспроможності можна поділити на чинники мікро- та макро середовища (рис. 1.2).

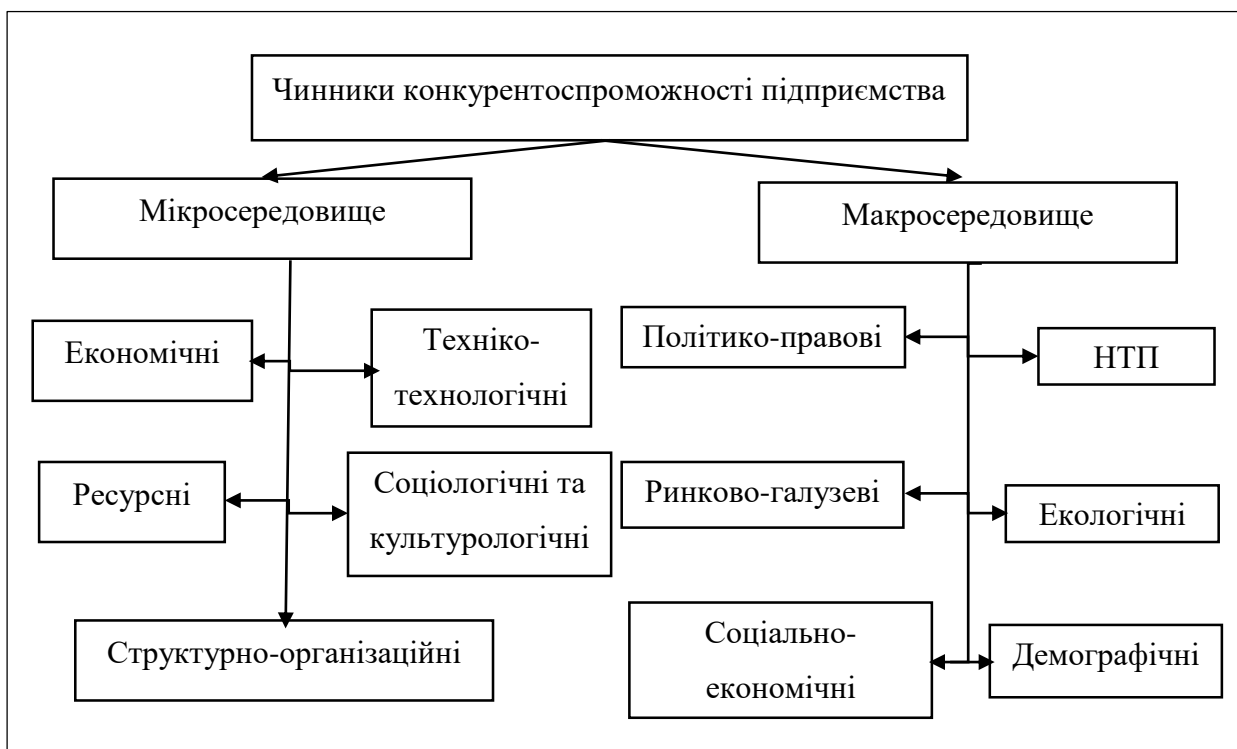


Рис. 1.2. Чинники конкурентоспроможності підприємства

Джерело: розроблено автором.

Макросередовище - політико-правові чинники включають державне

регулювання функціонування економіки на різних рівнях (країни, галузі, регіони), а також державну підтримку окремих галузей і регіонів. Важливим аспектом є рівень конкурентоспроможності країн, галузей та регіонів. Додатково, кредитно-фінансова, податкова, інноваційно-інвестиційна та зовнішньоекономічна політика держави значно впливає на загальну конкурентоспроможність. Лібералізація зовнішньоекономічних зв'язків також має важливе значення [26].

Науково-технічний прогрес є ключовим чинником, що сприяє розвитку високотехнологічних та ресурсощадних галузей. Важливими є поява нових матеріалів, технологій та обладнання. Підтримка науки та інноваційної діяльності сприяє загальному технологічному розвитку.

Економічні чинники включають загальний економічний клімат, економічну ситуацію в країні та природно-ресурсний потенціал. Ці чинники визначають базові умови для ведення бізнесу та впливають на можливості розвитку підприємств.

Ринково-галузеві чинники охоплюють ресурсний, трудовий та технологічний потенціал регіону, галузі чи країни. Важливими є наявність бар'єрів для вступу/виходу на ринок, ефективність стратегій розвитку регіону, галузі чи країни, а також реальний та потенційний рівень конкуренції. Розвинена інфраструктура є також важливим елементом.

Соціально-економічні чинники включають рівень життя населення, тривалість життя, купівельну спроможність населення, менталітет та мотивацію до праці, а також рівень безробіття.

Демографічні чинники визначаються динамікою чисельності населення та соціально-економічною структурою населення.

Мікросередовище - структурно-організаційні чинники включають виробничу структуру підприємства, організаційну структуру управління, управлінську структуру та рівень підготовки управлінських кадрів. Важливими є спеціалізація, концентрація, диверсифікація, кооперація виробництва та організаційна культура [28].

Техніко-технологічні чинники охоплюють використання нових технологій та технічне вдосконалення продукції. Розробка технологій та освоєння нової продукції, а також виробниче обладнання та устаткування підприємства є ключовими елементами. Наявність патентів на продукцію та науково-технічний рівень виробництва також важливі.

Ресурсні чинники включають систему та рівень технічного обслуговування, систему забезпечення якості продукції, постачання ресурсів та рівень продуктивності праці. Важливим є доступ до необхідної інформації.

Економічні чинники охоплюють рівень платоспроможності та рівень прибутковості. Економічна стабільність підприємства та ділова активність є важливими для підтримки конкурентоспроможності.

Соціологічні та культурологічні чинники включають внутрішньо-фірмову культуру та психологічний клімат у колективі, а також соціальне забезпечення та підтримку працівників [34].

Таким чином, схема наочно демонструє багатогранність та взаємозв'язок чинників, що впливають на конкурентоспроможність підприємства. Управління цими чинниками вимагає комплексного підходу та постійного моніторингу для підтримки та покращення конкурентних позицій на ринку.

1.2. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності

Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства дозволяють визначити його позицію на ринку, виявити сильні та слабкі сторони, а також розробити стратегії для підвищення ефективності (рис.1.3.).

Матричні методи - включають аналіз продуктів та технологій, визначення частки ринку, а також проведення SWOT-аналізу. SWOT-аналіз дозволяє виявити сильні та слабкі сторони компанії, а також можливості та загрози, що постають перед нею. Матричні методи допомагають візуалізувати стратегічні позиції компанії та приймати обґрунтовані рішення щодо розвитку [18].

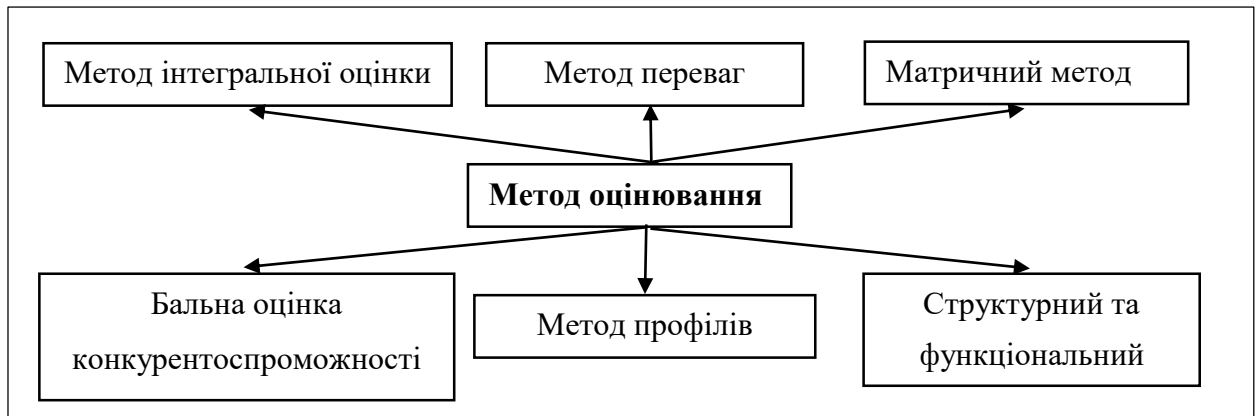


Рис. 1.3. Методи оцінювання конкурентоспроможності фірми

Джерело: розроблено автором

Метод переваг - передбачає оцінку конкурентних переваг компанії, таких як унікальні технології, висока якість продукції, ефективне обслуговування клієнтів тощо. Метод переваг допомагає виявити ключові фактори, що забезпечують успіх на ринку, і сприяє розробці стратегій для їх подальшого використання та розвитку.

Метод інтегральної оцінки - включає використання різних критеріїв для оцінки задоволеності споживачів та ефективності виробництва. Критерії задоволеності споживачів можуть включати якість продукції, рівень обслуговування, ціну тощо. Критерії ефективності виробництва можуть охоплювати витрати, продуктивність, технологічний рівень та інші аспекти. Інтегральна оцінка дозволяє отримати загальну картину конкурентоспроможності компанії.

Метод профілів (графічний метод) - передбачає візуалізацію ступеня задоволеності споживачів за різними критеріями у вигляді графіків. Цей метод дозволяє виявити сильні та слабкі сторони компанії з точки зору споживачів та порівняти її з конкурентами. Важливою складовою цього методу є аналіз вагомості критеріїв з максимальним пошуком, які допомагають визначити найбільш значущі критерії для оцінки [12].

Бальна оцінка конкурентоспроможності - передбачає присвоєння балів за різними критеріями конкурентоспроможності, такими як якість продукції,

інноваційність, рівень сервісу, фінансова стабільність тощо. Підсумковий бал дозволяє отримати кількісну оцінку конкурентоспроможності компанії та порівняти її з конкурентами.

Структурні і функціональні методи - включають оцінку концентрації виробництва та капіталу, бар'єрів для входу на ринок, виробничого процесу, збуту продукції, постачання, товарної стратегії та фінансів. Аналіз цих аспектів дозволяє виявити структурні та функціональні переваги або недоліки компанії, що впливають на її конкурентоспроможність [4].

Всі ці методи є важливими інструментами для оцінювання конкурентоспроможності фірми. Вони дозволяють отримати комплексну картину стану компанії на ринку, виявити сильні та слабкі сторони, а також розробити ефективні стратегії для підвищення конкурентоспроможності. Використання різних методів у комплексі забезпечує найбільш повну та об'єктивну оцінку.

Для досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємства важливо не лише оцінювати його поточні позиції, але й активно впроваджувати методи підвищення ефективності та адаптуватися до змін ринкових умов [29]. Застосовуючи різні методи оцінювання конкурентоспроможності, компанія може визначити свої сильні та слабкі сторони, а також області, які потребують покращення. Після цього можна впроваджувати конкретні стратегії та заходи для підвищення конкурентоспроможності.

Літературні джерела також виділяють і інші групи методів оцінки конкурентоспроможності, а саме:

- 1) Маркетингові методи - дослідження ринку: ретельний аналіз попиту, вивчення конкурентів, визначення цільової аудиторії та моніторинг ринкових тенденцій допомагають підприємству адаптувати свої продукти та стратегії до потреб споживачів.

Позиціонування бренду: створення унікального іміджу компанії та її продуктів сприяє виділенню на ринку та підвищенню впізнаваності й лояльності споживачів.

Реклама та просування: використання різноманітних рекламних каналів, таких як медіареклама, соціальні мережі, SEO-оптимізація, дозволяє залучати нових клієнтів та збільшувати продажі.

2) Продуктові методи - інновації у продуктах: розробка нових продуктів або модифікація існуючих забезпечує краще задоволення потреб клієнтів [38].

Поліпшення якості: впровадження стандартів якості, регулярний контроль та тестування продукції підвищують довіру споживачів та знижують ризик повернень і рекламаций.

Диференціація продукту: виділення продукції підприємства серед аналогічних пропозицій конкурентів за рахунок унікальних характеристик, таких як дизайн, функціональність чи додаткові послуги.

3) Операційні методи - оптимізація виробничих процесів: впровадження сучасних методів управління виробництвом, що є знижує витрати та підвищити ефективність. Автоматизація та цифровізація - знижує витрати на робочу силу, підвищує точність і швидкість виробництва, а також покращує якість продукції. Управління ланцюгами постачання: забезпечення своєчасного постачання сировини та комплектуючих, зниження витрат на логістику та оптимізація запасів.

4) Фінансові методи - управління витратами: аналіз та оптимізація витрат підприємства для забезпечення максимальної ефективності використання ресурсів. Диверсифікація джерел фінансування: зниження фінансових ризиків і забезпечення стійкості підприємства до економічних змін.

Інвестування в розвиток: фінансування інноваційних проектів, модернізація обладнання та навчання персоналу для підвищення конкурентоспроможності [21].

5) Стратегічні методи - розробка стратегічних планів: аналіз сильних і слабких сторін підприємства, можливостей і загроз ринку для визначення найбільш ефективних напрямів розвитку. Партнерства та альянси: співпраця з іншими компаніями для доступу до нових ринків, технологій та ресурсів.

Глобалізація бізнесу: вихід на нові міжнародні ринки, диверсифікація ризиків і збільшення обсягів продажів.

б) Організаційні методи - підвищення кваліфікації працівників: навчання та розвиток персоналу для підвищення продуктивності та якості роботи. Покращення організаційної культури: створення сприятливого середовища для роботи, підвищення мотивації працівників та зниження плинності кадрів [10].

Ефективне управління: впровадження сучасних методів менеджменту для швидкої адаптації до змін у зовнішньому середовищі та прийняття обґрунтованих рішень.

7) Соціальні та екологічні методи - соціальна відповідальність бізнесу: підвищення репутації компанії в очах споживачів та партнерів, залучення та утримання талановитих працівників. (див рисунок 1.4)

Екологічна стійкість: впровадження екологічно чистих технологій і практик, що сприяють зниженню витрат та підвищенню лояльності споживачів.

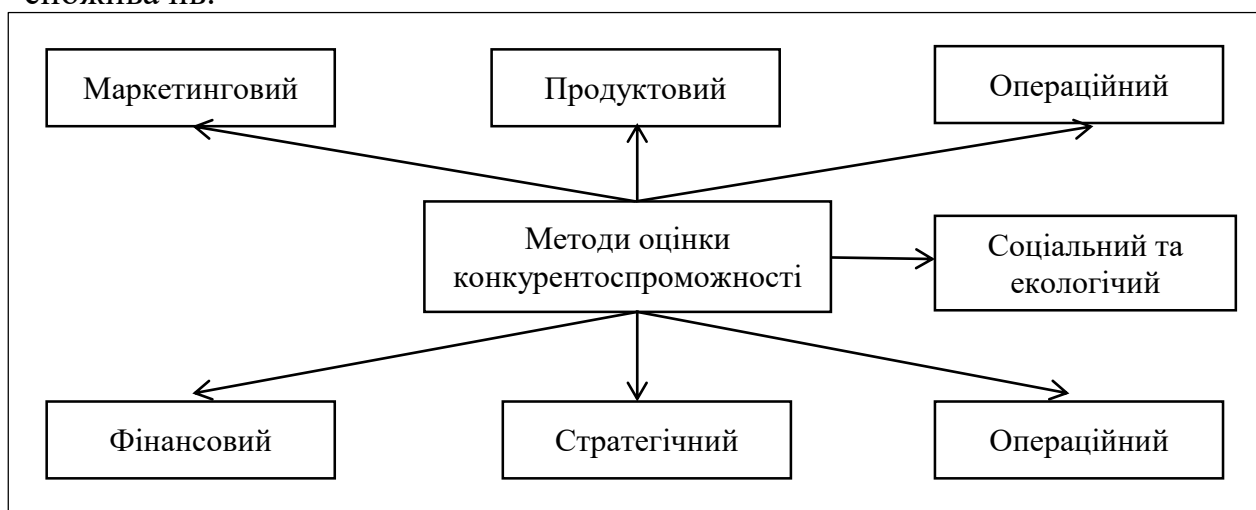


Рис. 1.3 Методи оцінки конкурентоспроможності

Джерело: розроблено автором.

Комплексне застосування різних методів оцінювання та підвищення конкурентоспроможності дозволяє підприємству залишатися успішним та адаптивним у динамічному ринковому середовищі. Це забезпечує не лише стабільний розвиток, але й підвищення конкурентних позицій на ринку.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ТА ДІАГНОСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРІГЕР»»

2.1. Організаційно-економічна діяльність підприємства

КОТЛОЗАВОД «КРІГЕР» — підприємство, що займається проектуванням, виробництвом і продажем побутового та промислового енергетичного обладнання. Компанія відома своєю орієнтацією на інновації та високі стандарти якості, що дозволяє їй задовольняти потреби як вітчизняних, так і міжнародних клієнтів. Завдяки професійному підходу та постійному вдосконаленню продукції, КОТЛОЗАВОД «КРІГЕР» зміцнює свої позиції на ринку та забезпечує стабільний розвиток.

Об'єктом дослідження є діяльність ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРІГЕР»».

Таблиця 2.1

Загальна інформація про підприємство – об'єкт виробничої практики

Повна назва підприємства	ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРІГЕР»»
Юридична адреса підприємства	Україна, 10003, Житомирська область, місто Житомир, вулиця Покровська, будинок 81
Ідентифікаційний код	35299597
Вид економічної діяльності підприємства за КВЕД	Основний вид діяльності 25.21 Виробництво радіаторів і котлів центрального опалення

Джерело: [24].

КОТЛОЗАВОД «КРІГЕР» є структурним підрозділом енергохолдингу «Крігер», що володіє повним циклом виробництва продукції та послуг для вироблення теплової енергії [22].

Спеціалізація КОТЛОЗАВОДУ «КРІГЕР» - проектування, виробництво, реалізація:

- когенераційних систем для одночасного виробництва теплової та електричної енергій: виробництво твердопаливних енергетичних установок для одночасного виробництва теплової (до 12 МВт/год) і електричної (до 3 МВт/год)

енергій за принципом ORC (органічний цикл Ренкіна); виробництво твердопаливних енергетичних установок для одночасного виробництва електричної енергії потужністю до 6 МВт/год і залишкової теплової потужності «по хвосту». Парові котли з температурою теплоносія до 400 °С, тиском до 40 бар;

- твердопаливних водогрійних котлів потужністю до 12 МВт/год (одним котлом), температура теплоносія - до 115 °С; тиск теплоносія - до 8 бар;

- твердопаливних котлів для виробництва перегрітої води потужністю до 12 МВт/год (одним котлом), температура теплоносія - до 230 °С; тиск теплоносія - до 25 бар;

- твердопаливних парових котлів потужністю до 15 т. пари/год (одним котлом), температура насиченої пари до 198 °С; тиск робочий до 14 бар;

- твердопаливних парових котлів потужністю до 25 т. пари/год (одним котлом), температура пари до 400 °С; тиск робочий до 40 бар;

- твердопаливних спірально-трубних термомасляних котлів потужністю до 8 МВт/год (одним котлом), температура масла до 360 °С; тиск робочий до 10 бар;

- блочно-модульних твердопаливних транспортабельних енергетичних установок;

- блочно-модульних не транспортабельних твердопаливних енергетичних установок;

- твердопаливних автоматизованих систем подачі палива з запасом палива від 1 доби і вище;

- диспетчерських пунктів для дистанційного моніторингу та управління роботою котелень;

- проектно-кошторисної документації [22].

Сучасне виробниче обладнання, кращих світових виробників (Vanad - Чехія, Fronius - Австрія, Hypertherm - США), сучасні технології (технології орбітального зварювання трубних дощок, порошкового напилення металів, високоточного лиття по виплавлених моделях, використання жаростійких бетонів), інтелектуальний капітал висококваліфікованих фахівців і

відповідальність перед навколишнім середовищем дозволили компанії за час роботи випустити 2800 екологічно безпечних водогрійних котлів різних модифікацій.

Основними напрямками діяльності підприємства є: 25.2: Виробництво радіаторів та котлів опалення.

Інші 23 напрями, є другорядними, але не менш важливими, я надам кілька варіантів: 33.19: Виробництво іншої металообробки; 28.21: Виробництво металевих конструкцій та їхніх частин; 25.92: Виробництво бойлерів та інших резервуарів для рідини; 25.94: Виробництво пневматичного та гідравлічного обладнання; 43.22: Монтаж водопровідних мереж, систем опалення та кондиціонування повітря; 71.20: Технічне випробування та аналіз; 71.12: Інженерна діяльність та технічне консультування в галузі машинобудування, інших виробничих галузей та сфері послуг; [22].

КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР» виробляє широкий асортимент побутового та промислового енергетичного обладнання, яке відповідає найвищим стандартам якості та екологічної безпеки. Основними напрямками діяльності підприємства є виробництво радіаторів та котлів опалення, що становить основу його продукції (табл.2.2).

Таблиця 2.2

Характеристика виробництва основних видів продукції підприємства

Види продукції	2020 р.		2021 р.		2022 р.		Відхилення 2022 р. від 2020 р.	
	тис.грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	+ /-	п.с.
KRIGER™ ТЕПЛОГЕНЕРАТОР	4269	14,25	5864	11,68	22304	23,11	18035	27,10
KRIGER™ FM	3596	12,01	2246	4,47	14789	15,33	11193	16,82
KRIGER™ SW	3299	11,02	9631	19,18	12062	12,50	8763	13,17
KRIGER™ HYBRID	8963	29,93	11798	23,50	12069	12,51	3106	4,67
KRIGER™ ECO	6143	20,51	18639	37,12	26597	27,56	20454	30,74
KRIGER™ GN-10	3678	12,28	2031	4,05	8676	8,99	4998	7,51
Разом	29 948	100	50 209	100	96 497	100	66549	100

Джерело: [32-34].

Протягом трьох років (2020-2022) підприємство «КОТЛОЗАВОД КРИГЕР» значно збільшило обсяг виробництва своєї основної продукції.

Зокрема, виробництво радіаторів та котлів опалення зросло на 27,10%, що відповідає збільшенню на 18035 тис. грн. Виробництво інших видів продукції також показало значні позитивні зміни: KRIGER™ FM зросло на 16,82%, KRIGER™ SW на 13,17%, KRIGER™ HYBRID на 4,67%, KRIGER™ ECO на 30,74%, а KRIGER™ GN-10 на 7,51%.

Аналіз господарської діяльності підприємства здійснимо за допомогою показників виробничої діяльності (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Показники виробничої діяльності підприємства, 2020 –2022 рр.

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2022 р. до 2020 р., +/-
Вартість валової продукції, тис.грн.	7 203	8 884	5 580	-1 623
Сума товарообігу, тис.грн.	29 948	50 209	96 497	68 172
Витрати на виробництво, тис.грн.	22 745	41 325	90 917	66 549
Середньорічна вартість ОВФ, тис.грн.	700	-177,5	-918,5	1 618,5
Середньорічна вартість оборотних засобів, тис.грн.	5 532	5 009,5	6 105,5	573,5
Середньорічна чисельність працівників, чоловік	133	138	145	12
Фонд оплати праці, тис.грн.	13 049	15 687	19 254	6 205

Джерело: [32-34].

Дані таблиці 2.3 свідчать про те, що протягом трьох років вартість виробництва спочатку зростає до 2021 р., але потім стрімко знизилася в 2022 р., тоді як продажі зростали, особливо в 2022 р. Витрати на виробництво також зросли навіть більше, ніж продажі, що може вказувати на проблеми з прибутковістю. Вартість основних засобів та оборотних засобів коливалася, можливо, через зміни в інвестиційних стратегіях. Навіть при зростанні чисельності працівників збільшення фонду оплати праці не відповідає збільшенню обсягів продажів та витрат на виробництво.

Показники економічної ефективності господарської діяльності підприємства представлені в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Показники економічної ефективності господарської діяльності підприємства, 2020-2022 рр.

Показники	Роки			2022 р. до 2020 р. +,-
	2020	2021	2022	
Валовий дохід в розрахунку на:				
- 1-го середньорічного працівника, тис.грн.	54,16	64,38	38,48	-15,68
- 1 грн. ОВФ, грн.	10,29	-50,05	-6,08	-16,37
- 1грн. оборотних засобів, грн.	1,30	1,77	0,91	-0,39
Отримано чистого прибутку в розрахунку на:				
- 1-го середньорічного працівника, тис.грн.	225,17	363,83	665,5	440,33
- 1 грн. ОВФ, грн.	5,41	10,02	15,80	10,39
- 1грн. оборотних засобів, грн.	2,06	3,03	4,76	2,7
- 1 грн. реалізованої продукції, грн.	4,16	5,65	17,29	13,13
Рівень рентабельності, %	4,16	5,65	19,29	13,14

Джерело: [32-34].

Проаналізувавши показники економічної ефективності підприємства за 2020-2022 рр, варто відзначити зниження валового доходу в розрахунку на працівника та на 1 гривню ОВФ та оборотних засобів у 2022 р. порівняно з 2020 р. Однак чистий прибуток в розрахунку на працівника, на 1 гривню ОВФ та на 1 гривню оборотних засобів зросли у 2022 р. Рівень рентабельності також збільшився з 4,16% у 2020 р. до 19,29% у 2022 р.

Показники рівня ефективності збутової діяльності підприємства за період дослідження представлені в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Показники рівня ефективності збутової діяльності підприємства

№ з/п	Показник	Од. виміру	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2022 р. до 2020 р. +/-
1	Дохід (виручка) від реалізації продукції	тис. грн.	29 948	50 209	96 497	66 549
2	Витрати на збут продукції	тис. грн.	660	3 486	509	-151
3	Фонд оплати праці працівників відділу збуту:	тис. грн.	12 341	13 604	14 847	2 506
4	Чисельність працівників відділу збуту	чол.	133	138	145	12
5	Коефіцієнт покриття витрат на збут	X	45.4	14.4	189.4	144
6	Коефіцієнт окупності витрат на збут	X	2.4	3.7	6.5	4,1
7	Співвідношення витрат на збут і собівартості реалізованої продукції	X	0.02	0.07	0.01	-0,1

Джерело: [32-34].

У 2020 р. кожен гривню витрат на збут покривала виручка від продажу у розмірі 45,4 гривні. У 2021 році цей коефіцієнт склав 14,4, а в 2022 р. зросла до 189,4. Це показує значне покращення ефективності витрат на збут протягом років. У 2020 р. кожен гривню, витрачену на збут, було відновлено 2,4 разів. У 2021 р. цей показник зросла до 3,7, а в 2022 р. - до 6,5. Це також свідчить про позитивну динаміку в ефективності управління витратами на збут. У 2020 р. на кожен одиницю собівартості припадало 0,02 одиниць витрат на збут. У 2021 р. цей показник зросла до 0,07, але в 2022 р. він зменшився до 0,01. Це може вказувати на те, що витрати на збут стали меншими у відношенні до собівартості реалізованої продукції.

2.2 Формування конкурентоспроможності продукції підприємства ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»»

Конкурентоспроможність продукції є ключовим фактором, що визначає успіх підприємства на ринку. Для ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»», яке спеціалізується на виробництві котлів, цей аспект є особливо важливим, оскільки ринок опалювального обладнання є насиченим та динамічно змінюється.

Одним із головних чинників конкурентоспроможності продукції ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»» є її висока якість. Підприємство використовує сучасні технології та обладнання для виробництва котлів, що забезпечує їх надійність і довговічність. Виробництво проходить відповідно до міжнародних стандартів, що підтверджується сертифікацією продукції. Це дозволяє компанії підтримувати високий рівень якості та задовольняти вимоги навіть найвибагливіших клієнтів.

Крім того, на підприємстві впроваджено систему управління якістю, яка передбачає постійний контроль на всіх етапах виробничого процесу. Це дозволяє мінімізувати кількість дефектів та підвищити загальну якість продукції (табл.2.6).

Таблиця 2.6

Показники якості продукції ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»»

Показник якості	Значення	Коментарі
Відсоток продукції, що відповідає стандартам	98%	Високий рівень якості завдяки сучасним технологіям виробництва
Відсоток браку	1.5%	Постійний контроль якості дозволяє знизити кількість дефектної продукції
Середній термін служби котлів	15 років	Використання високоякісних матеріалів забезпечує тривалий термін служби

Джерело: розроблено автором.

Показники якості продукції ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»» свідчать про високу конкурентоспроможність продукції на ринку завдяки низькому відсотку браку та довгому терміну служби котлів.

Основні переваги продукції ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»» має ряд переваг, які забезпечують його продукції конкурентоспроможність на ринку (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Основні переваги продукції ТОВ «КОТЛОЗАВОД „КРИГЕР“»

Перевага	Опис
Висока енергоефективність	Знижує витрати на опалення для кінцевих споживачів
Екологічність	Зменшує викиди шкідливих речовин в атмосферу
Надійність і довговічність	Забезпечує тривалий термін експлуатації завдяки високоякісним матеріалам та технологіям
Інноваційність	Постійні інвестиції в нові технології та модернізацію виробництва
Сервісне обслуговування	Широкий спектр послуг з монтажу, обслуговування та ремонту котлів

Джерело: розроблено автором.

Основні переваги продукції ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»» дозволяють компанії виділятися на ринку завдяки високій енергоефективності, екологічності, надійності, інноваційності та якісному сервісному обслуговуванню.

Для повного розуміння конкурентоспроможності продукції ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»» необхідно провести порівняльний аналіз з основними конкурентами на ринку. В якості конкурентів розглянемо реальні компанії: LAFAT (Україна), АТ «Радиатор» та ПрАТ «Котлотурбопром» (табл.2.8).

Таблиця 2.8

Порівняльний аналіз продукції підприємства з конкурентами

Показник/Компанія	ТОВ «КОТЛОЗАВОД „КРІГЕР“»	ТОВ «LAFAT»	АТ «ХКМЗ»	ПрАТ Котлотурбопром
Середня ціна котлів	1200 USD	1250 USD	1150 USD	1300 USD
Собівартість продукції	850 USD	900 USD	800 USD	950 USD
Рівень рентабельності	19.29%	18.89%	21.88%	17.37%
Відсоток продукції, що відповідає стандартам	98%	97%	95%	96%
Відсоток браку	1.5%	2%	2.5%	2%
Середній термін служби котлів	15 років	14 років	13 років	14 років
Висока енергоефективність	Так	Так	Так	Так
Екологічність	Так	Так	Так	Так
Надійність і довговічність	Так	Так	Так	Так
Інноваційність	Так	Ні	Ні	Так
Сервісне обслуговування	Так	Так	Так	Так

Джерело: розроблено автором на основі [34-36].

ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРІГЕР»» має високу конкурентоспроможність завдяки високій якості, оптимальній ціні та численним перевагам. Конкуренти також пропонують продукцію високої якості, проте рівень рентабельності становить 19.29%, що дозволяє зайняти друге місце серед розглянутих компаній.

Таким чином, конкурентоспроможність продукції визначається поєднанням високої якості, оптимальної ціни та ряду переваг, які роблять її привабливою для споживачів. Порівняльний аналіз показує, що продукція підприємства є конкурентоспроможною на ринку завдяки високій якості, надійності та інноваційності. Конкуренти також мають свої сильні сторони, зокрема в рентабельності та якості, але «КРІГЕР» виграє в інноваційності та рівні контролю якості.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРІГЕР»»

3.1. Формування конкурентної стратегії підприємства

Для успішного формування конкурентної стратегії ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРІГЕР»» необхідно врахувати сучасні тенденції ринку та сильні сторони підприємства. Рекомендуємо наступні стратегічні напрямки.

Перш за все, варто розглянути диверсифікацію продуктового портфеля. Розширення асортименту продукції дозволить задовольнити потреби різних сегментів ринку. Підприємству варто інвестувати у розробку нових видів котлів та іншого опалювального обладнання, враховуючи сучасні вимоги до енергоефективності та екологічності.

Орієнтація на якість та інновації є ключовою для підвищення конкурентоспроможності. Вони повинні стати пріоритетом. Це включає впровадження передових технологій виробництва, автоматизацію процесів та використання сучасних матеріалів. Важливо впроваджувати системи управління якістю, що відповідають міжнародним стандартам, для забезпечення стабільно високої якості продукції.

Активізація маркетингової діяльності є наступним важливим напрямком. Ефективна маркетингова стратегія сприятиме підвищенню впізнаваності бренду. Важливо проводити активні рекламні кампанії, використовувати цифрові платформи та соціальні мережі для просування продукції. Це дозволить охопити широку аудиторію та забезпечити постійний потік замовлень.

Розширення ринків збуту також має велике значення. Вихід на нові ринки, дозволить підприємству збільшити обсяги продажів та знизити залежність від окремих ринків. Проведення ринкових досліджень допоможе визначити перспективні ринки та адаптувати продукцію під їхні потреби.

Підвищення кваліфікації персоналу є важливим фактором успіху. Організація регулярних тренінгів та навчальних програм допоможе підвищити кваліфікацію працівників. Співпраця з навчальними закладами для підготовки фахівців забезпечить стабільний потік кваліфікованих кадрів. Розробка системи мотивації, допоможе утримати найкращих працівників та підвищити їхню лояльність до компанії.

Співпраця з постачальниками та партнерами допоможе забезпечити стабільність та якість поставок. Встановлення довгострокових партнерських відносин дозволить знизити витрати на закупівлю матеріалів та компонентів. Спільна робота над інноваційними проектами та впровадженням нових технологій сприятиме підвищенню конкурентоспроможності продукції. Участь у професійних асоціаціях та галузевих об'єднаннях дозволить підприємству бути в курсі останніх тенденцій і технологічних нововведень, сприяючи обміну досвідом та встановленню нових ділових контактів (табл.3.2).

Таблиця 3.2

Рекомендації по формуванню конкурентної стратегії

Напрямок	Заходи
Диверсифікація продуктового портфеля	Розробка нових видів котлів та опалювального обладнання
Орієнтація на якість та інновації	Інвестиції в новітні технології, впровадження систем управління якістю
Активізація маркетингової діяльності	Проведення рекламних кампаній, використання цифрових платформ та соціальних мереж
Розширення ринків збуту	Вихід на нові ринки, проведення ринкових досліджень
Підвищення кваліфікації персоналу	Організація тренінгів та навчальних програм, мотивація працівників
Співпраця з постачальниками та партнерами	Встановлення довгострокових партнерських відносин, участь у професійних асоціаціях

Джерело: розроблено автором.

Розробка та реалізація комплексної стратегії, що включає ці напрямки, дозволить не тільки закріпити свої позиції на ринку, але й забезпечити стабільний ріст і розвиток у майбутньому.

Запропоновані рекомендації спрямовані на підвищення конкурентоспроможності підприємства. Диверсифікація продуктового портфеля задовольнить різні сегменти ринку, а інвестиції в новітні технології

та системи управління якістю забезпечать стабільний високий рівень продукції. Активні маркетингові заходи та вихід на нові ринки збільшать обсяги продажів та зміцнять ринкові позиції.

3.2. Напрямки та шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства

Підвищення конкурентоспроможності підприємства є можливим за рахунок зростання конкурентоспроможності його продукції, що є важливим завданням для забезпечення стійких позицій на ринку та зростання компанії ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»». Для цього можна виділити кілька основних напрямків та шляхів.

1) Інвестування в науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР) є ключовим напрямком для підвищення конкурентоспроможності. Цей процес дозволяє підприємству створювати і вдосконалювати продукцію, що має технічну перевагу над конкурентами. Розробка нових типів котлів з покращеними характеристиками, такими як вища енергоефективність та знижені викиди шкідливих речовин, є важливою складовою цього процесу.

Автоматизація виробничих процесів також є важливим шляхом підвищення конкурентоспроможності. Впровадження сучасних технологій автоматизації дозволяє підвищити продуктивність та знизити витрати. Використання робототехніки та цифрових технологій підвищує точність і якість продукції.

2) Підвищення якості продукції: впровадження системи управління якістю на основі стандартів ISO допоможе забезпечити стабільно високу якість продукції. Регулярні аудити та контроль якості на всіх етапах виробництва дозволяють виявляти і усувати недоліки.

Зменшення відсотка браку є ще одним важливим завданням. Для цього необхідно аналізувати причини браку та розробляти заходи для їх усунення.

Підвищення кваліфікації персоналу та впровадження сучасних методів контролю якості також сприятимуть зниженню кількості дефектної продукції.

3) Зниження витрат та підвищення ефективності: оптимізація виробничих процесів за допомогою методологій Lean та Six Sigma дозволить зменшити витрати і підвищити ефективність виробництва. Використання сучасних програмних рішень для управління виробництвом та логістикою забезпечить більш ефективне управління ресурсами.

4) Енергозбереження також є важливим напрямком. Впровадження енергоефективних технологій та заходів для зниження енергоспоживання дозволить зменшити витрати на енергію. Використання відновлюваних джерел енергії для потреб підприємства сприятиме зниженню екологічного навантаження.

5) Розширення ринків збуту та маркетингові стратегії: диверсифікація ринків збуту допоможе зменшити залежність від окремих ринків та розширити географію збуту продукції. Вихід на нові ринки, включаючи міжнародні, дозволить збільшити обсяги продажів. Проведення ринкових досліджень допоможе визначити перспективні ринки та адаптувати продукцію під їхні потреби.

6) Брендинг та реклама є важливими складовими маркетингових стратегій. Посилення маркетингової активності допоможе підвищити впізнаваність бренду. Використання сучасних засобів реклами, включаючи цифрові платформи та соціальні мережі, дозволить ефективно залучати нових клієнтів.

7) Покращення обслуговування клієнтів також сприятиме підвищенню конкурентоспроможності. Впровадження програм лояльності та зворотного зв'язку з клієнтами допоможе краще розуміти їхні потреби та підвищити задоволеність. Розширення спектру сервісних послуг, включаючи післяпродажне обслуговування та технічну підтримку, дозволить забезпечити високу якість обслуговування.

8) Підвищення кваліфікації персоналу: навчання та розвиток персоналу є важливим напрямком підвищення конкурентоспроможності. Організація регулярних тренінгів та навчальних програм допоможе підвищити кваліфікацію працівників. Співпраця з навчальними закладами для підготовки фахівців за спеціальностями, що відповідають потребам підприємства, забезпечить стабільний потік кваліфікованих кадрів.

9) Мотивація та утримання талантів також є важливим завданням. Розробка системи мотивації, включаючи матеріальне та нематеріальне стимулювання, допоможе утримати найкращих працівників. Створення умов для професійного та кар'єрного зростання сприятиме підвищенню задоволеності персоналу та їхньої лояльності до компанії.

10) Партнерство та співпраця: співпраця з постачальниками та партнерами допоможе забезпечити стабільність та якість поставок. Встановлення довгострокових партнерських відносин дозволить знизити витрати на закупівлю матеріалів та компонентів. Спільна робота над інноваційними проектами та впровадженням нових технологій сприятиме підвищенню конкурентоспроможності продукції.

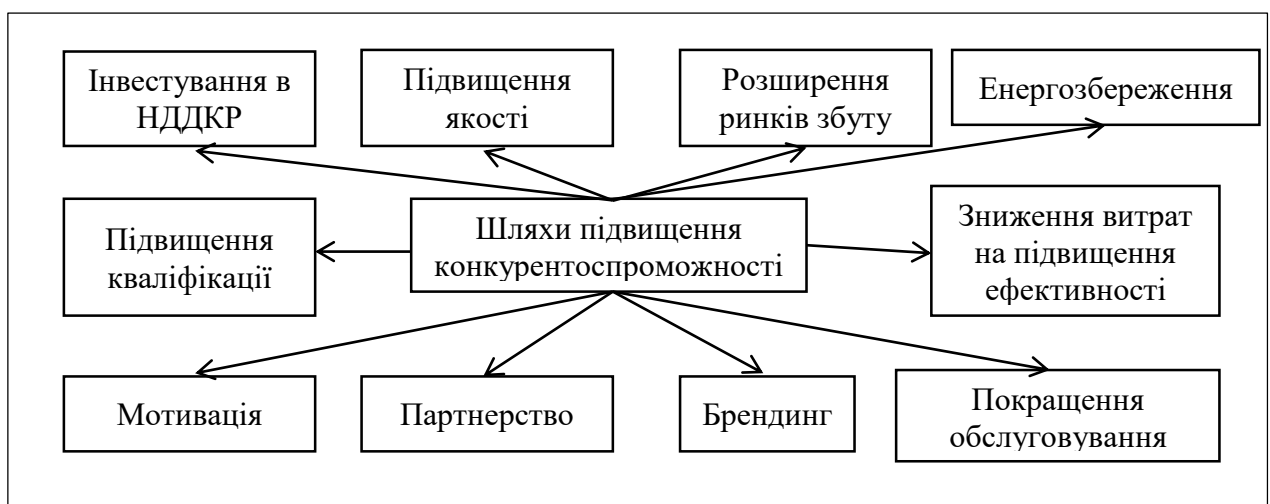


Рисунок 3.1. Основні шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства

Джерело: сформовано автором.

Участь у професійних асоціаціях та галузевих об'єднаннях дозволить підприємству бути в курсі останніх тенденцій і технологічних нововведень. Це

також сприятиме обміну досвідом та встановленню нових ділових контактів, що можуть стати основою для майбутніх партнерств.

Підвищення конкурентоспроможності ТОВ «КОТЛОЗАВОД „КРИГЕР“» вимагає комплексного підходу, що включає інноваційний розвиток, підвищення якості продукції, зниження витрат, розширення ринків збуту, підвищення кваліфікації персоналу та активну співпрацю з партнерами. Виконання цих завдань забезпечить стійкі позиції на ринку та сприятиме стабільному зростанню підприємства (табл.3.1).

Таблиця 3.1

Основні напрямки та заходи для підвищення конкурентоспроможності ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»»

Напрямок	Заходи
Інноваційний розвиток	- Інвестиції в НДДКР
	- Розробка нових типів котлів з покращеними характеристиками
	- Впровадження сучасних технологій автоматизації виробничих процесів
	- Використання робототехніки та цифрових технологій
	- Впровадження системи управління якістю на основі стандартів ISO
Підвищення якості	- Регулярні аудити та контроль якості
	- Аналіз причин браку та розробка заходів для їх усунення
	- Підвищення кваліфікації персоналу
	- Розширення географії збуту продукції, вихід на нові ринки
Розширення ринків збуту	- Проведення ринкових досліджень для визначення перспективних ринків та адаптації продукції
	- Посилення маркетингової активності для підвищення впізнаваності бренду
	- Використання сучасних засобів реклами, включаючи цифрові платформи та соціальні мережі
	- Впровадження програм лояльності та зворотного зв'язку з клієнтами
	- Розширення спектру сервісних послуг, включаючи післяпродажне обслуговування та технічну підтримку
	- Впровадження методологій Lean та Six Sigma для зменшення витрат і підвищення ефективності

Зниження витрат	- Використання сучасних програмних рішень для управління виробництвом та логістикою
	- Впровадження енергоефективних технологій та заходів для зниження енергоспоживання
	- Використання відновлюваних джерел енергії для потреб підприємства
Підвищення кваліфікації	- Організація регулярних тренінгів та навчальних програм для підвищення кваліфікації працівників

Джерело: розроблено автором.

ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРІГЕР»» може підвищити свою конкурентоспроможність, фокусуючись на інноваційному розвитку, покращенні якості продукції, зниженні витрат, розширенні ринків збуту, підвищенні кваліфікації персоналу та активній співпраці з партнерами. Це дозволить підприємству не тільки закріпити свої позиції на ринку, але й забезпечити стабільний ріст і розвиток у майбутньому.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження конкурентоспроможності ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»» дозволило виявити ключові аспекти та напрямки для вдосконалення. Підприємство є одним із лідерів на ринку котельного обладнання в Україні, що свідчить про його високий рівень організації виробництва та маркетингової діяльності.

1. Виявлено, що основними конкурентними перевагами ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»» є висока якість продукції, оптимальна цінова політика та широкий асортимент котлів, що відповідає сучасним вимогам ринку. Однак, для забезпечення стабільного розвитку та підвищення конкурентоспроможності підприємству необхідно акцентувати увагу на кількох важливих аспектах.

2. Організаційно-економічна характеристика вказує на його високий рівень організації виробництва та маркетингової діяльності. Однак, для забезпечення стабільного розвитку та підвищення конкурентоспроможності, підприємству важливо акцентувати увагу на наступних аспектах: розвиток інноваційних технологій, підвищення ефективності виробництва та розширення ринкових можливостей.

3. Порівняльний аналіз показників ефективності діяльності ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»» з основними конкурентами, такими як ТОВ «LAFAT UKRAINE» та АТ «Харківський котельно-механічний завод», продемонстрував, що хоча підприємство має високі показники, воно поступається за рівнем рентабельності. Це свідчить про необхідність впровадження більш ефективних стратегій управління витратами та підвищення ефективності виробничих процесів.

4. Для підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»» рекомендується здійснити такі заходи:

- Впровадження новітніх технологій виробництва та автоматизація процесів, що дозволить зменшити собівартість продукції та підвищити її якість.

- Розширення асортименту продукції, зокрема, через розробку нових моделей котлів з підвищеною енергоефективністю та екологічністю.

- Активізація маркетингової діяльності, зокрема, через розширення присутності на ринку, посилення рекламних кампаній та розвиток системи лояльності для клієнтів.

- Зміцнення співпраці з постачальниками сировини та матеріалів для забезпечення стабільності поставок та оптимізації витрат.

- Збільшення інвестицій у навчання та розвиток персоналу, що сприятиме підвищенню професійного рівня працівників та їх залученості у процес удосконалення виробництва.

Отримані результати дослідження можуть бути використані для розробки стратегічних планів розвитку підприємства, що дозволить ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»» утримувати конкурентні позиції на ринку та забезпечити довгостроковий розвиток.

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що ефективне управління конкурентоспроможністю продукції є критично важливим для успішного функціонування підприємства в умовах сучасної ринкової економіки. ТОВ «КОТЛОЗАВОД «КРИГЕР»» має всі необхідні передумови для подальшого зміцнення своїх позицій на ринку, завдяки впровадженню запропонованих рекомендацій та стратегій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Баула О.В. Особливості розробки стратегії та організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства в сучасних глобалізаційних умовах господарювання. *Управління підприємством*. 2019. №2 (14).
2. Безпалько О.М. Ефективне управління виробництвом в умовах сучасного бізнесу. *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. 2018. 45-51 с.
3. Бестужева С. В. Особливості сучасного стратегічного розвитку підприємства у сфері міжнародного бізнесу. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2018. № 1 (59). 20–27 с.
4. Білоцерковець В.П. Оптимізація виробничого процесу на підприємстві: теорія та практика. Київ: Видавництво КНЕУ. 2019. 34-41 с.
5. Буравлев А.І., Степанівська І.А. Розробка стратегії розвитку підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2020. №29. 359-363 с.
6. Галушка З. І, Антохов А. А. Менеджмент і адміністрування : підручник для магістрів. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю.Федьковича, 2021. 440 с.
7. Галушка З. І., Поченчук Г. М. Економіка: практикум з економічної теорії, історії економіки та економічної думки, мікро- та макроекономіки. Чернівці. 2022. 368 с.
8. Грицай В. А. "Управління бізнес-процесами на підприємстві". Київ: КНЕУ. 2020. 129 с.
9. Гудзь О. І. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація. *Економіка і суспільство*. 2018. № 18. С. 346–352.
10. Данильченко В.І. Аналіз фінансового стану підприємства. Київ: Кондор. 2019. 185-188 с.
11. Діденко Є. О. Теоретико-методичні засади забезпечення ефективності функціонування підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 1. 15-23 с.

12. Дудник М. В. "Конкурентоспроможність продукції та послуг". Одеса: ОНУ ім. І. І. Мечникова. 2021. 65-118 с.
13. Єфімова Л.М. Ефективність виробництва та методи її оцінки. *Економіка, фінанси, управління*. 2018. 28-33 с.
14. Калініченко О. О. "Сучасні підходи до управління підприємством". Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна. 2022. 120-175 с.
15. Ковальов Г.Д. Фінансовий аналіз діяльності підприємства. Київ: КНЕУ. 2019. 42-47 с.
16. Коротков Е.М. Ресурсне забезпечення сталого розвитку підприємства. *Бізнес, освіта і наука: вектори співпраці* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. м. Київ, 8-10 квітня 2021 р. Київ. 2021. 128-135 с.
17. Кравчук І.В. Управління виробництвом на підприємстві: теорія та практика. Житомир: ЖНАЕУ. 2018. 44-48 с.
18. Кузьмин В. М. Економіка підприємства та управлінська економіка : практикум. В. М. Кузьмин. - Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2019. 51 с.
19. Кулик Т. П. Організація, планування і управління виробництвом : навч. посіб. Т. П. Кулик. - Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2019. 232 с.
20. Менеджмент і адміністрування: підручник для бакалаврів. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. 2022. 584 с.
21. Офіційний сайт ТОВ "КОТЛОЗАВОД "КРИГЕР". URL: <https://kriger.com.ua> . (дата звернення 16.05.2024 р)
22. Павленко А. Ф., & Власенко, Т. О. "Інноваційний розвиток підприємств". Львів: Видавництво Львівської політехніки. 2020. 89-138 с.
23. Повна інформація про підприємство. YouControl. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/35299597/ . (дата звернення 22.05.2024 р)
24. Портер М. Конкурентна стратегія. *Техніки аналізу галузей і конкурентів*. Київ. Наш формат, 2020. С. 424-427.
25. Рябченко Т. С. Стратегії розвитку бізнесу в умовах нестабільності. Полтава: ПНТУ ім. Ю. Кондратюка. 2020. 42-96 с.

26. Селезньова Г. О. Формування конкурентного потенціалу підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 53. С. 85–90.
27. Сталій розвиток економіки: теорія та практика: монографія, за ред. проф. В.І. Ткачука. Житомир: «Центр учбової літератури», 2021. 352 с.
28. Стед Р., Моріс М. Agile-лідерство. Як створити самоорганізовану команду. Харків : Ранок, 2022. 264 с.
29. Тарасов П.С. Методи аналізу фінансового стану підприємства та шляхи їх вдосконалення. Харків: Видавництво ХНЕУ. 2023. 246 с.
30. Терлецька Н. М. Практикум з менеджменту: навч. посіб. Чернівці. 2021. 144 с.
31. Федорченко І. М. "Аналіз ринкової діяльності підприємств". Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля. 2021. 214 с.
32. Фінасова звітність ТОВ "КОТЛОЗАВОД "КРИГЕР". 2021. URL: https://clarity-project.info/edr/35299597/finances?current_year=2021
33. Фінасова звітність ТОВ "КОТЛОЗАВОД "КРИГЕР". 2022. URL: https://clarity-project.info/edr/35299597/finances?current_year=2022
34. Черненко А. В. "Маркетингові стратегії в умовах глобалізації". Київ: Інститут економіки. 2021. 55-102 с.
35. Швець І. Б. "Цифрові технології в маркетингу". Тернопіль: ТНПУ ім. В. Гнатюка. 2022. 47-94 с.
36. Baines P., Fill, C., & Page, K. "Marketing". 5th ed. Oxford: Oxford University Press. 2020. 123-178 pp.
37. Heizer J., Render, B., & Munson, C. "Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management". 13th ed. London: Pearson. 2021. 105-159 pp.
38. Kumar V. "Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools". 3rd ed. Berlin: Springer. 2020. 77-129 pp.
39. Mankiw N. G. "Principles of Economics". 9th ed. Boston: Cengage Learning. 2021. 134-185 pp.

40. Prahalad C. K., & Hamel, G. "Competing for the Future". Boston: Harvard Business Review Press. 2020. 89-142 pp
41. Robbins S. P., & Coulter, M. "Management". 14th ed. London: Pearson. 2021. 60-108 pp.