

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки підприємства та організації підприємницької діяльності
(найменування кафедри)

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
д.е.н., професор.
Янковий О.Г. _
(підпис)
“ _ ” 20 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 6.030504 «Економіка підприємства»
(шифр та найменування спеціальності)

на тему: **«Шляхи формування конкурентних переваг підприємства» на прикладі ТОВ «Телекарт-прилад»**

Виконавець:

студентка ФЕУП
Малишко Анна Валеріївна
(прізвище, ім'я, по батькові) _ /підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент
(науковий ступінь, вчене звання)
Танасюк Ірина Михайлівна
(прізвище, ім'я, по батькові) _ /підпис/

АНОТАЦІЯ

Малишко Анна Валеріївна, «Шляхи формування конкурентних переваг підприємства» на прикладі ТОВ «Телекарт-прилад»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 6.030504 «Економіка підприємства»»

за освітньою програмою «-».

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти що стосуються поняття категорії конкурентна перевага, у тому числі акцентуються увага на їх видах, формах, специфічних властивостях. Виявлені групи факторів, що забезпечують ту чи іншу конкуренту перевагу. Описані теоретичні питання формування та оцінювання конкурентних переваг підприємства в сучасних умовах.

Проаналізовано рівень та динаміка найбільш важливих техніко-економічних показників діяльності досліджуваного підприємства, представлені результати аналізу конкурентних переваг, ступінь їх впливу на конкурентоздатність підприємства, застосовано алгоритм SWOT-аналізу, виявлені фактори, що впливають на формування конкурентних переваг, обґрунтовані резерви формування нових конкурентних переваг.

Запропоновано заходи, що сприяють підвищенню конкурентоздатності досліджуваного підприємства за рахунок впровадження важелів зміцнення конкурентних переваг та формування нових більш дієвих.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентна перевага, формування та оцінка конкурентних переваг.

ANNOTATION

Malyshko Anna Valerievna, "Ways of forming competitive advantages of the enterprise" on the example of LLC "Telecard-device"

Qualifying work for obtaining a bachelor's degree in specialty

6.030504«Enterprise Economics»

for the educational program "-".

Odessa National Economic University, Odessa, 2019

The work deals with theoretical aspects concerning the concept of a category of competitive advantage, including emphasis on their types, forms, specific properties. Identified groups of factors that provide one or another competitor advantage. The theoretical questions of formation and estimation of competitive advantages of the enterprise in modern conditions are described.

The level and dynamics of the most important technical and economic indicators of the activity of the investigated enterprise are analyzed, the results of the analysis of competitive advantages, the degree of their influence on the competitiveness of the enterprise are presented, the algorithm of SWOT analysis is applied, the factors influencing the formation of competitive advantages, the reserves of formation of new competitive advantages are grounded.

The measures, which promote increase of competitiveness of the investigated enterprise by means of introduction of levers of strengthening of competitive advantages and formation of new more effective, are offered.

Keywords: competition, competitiveness, competitive advantage, formation and evaluation of competitive advantages.

Зміст

| | |
|---|----|
| ВСТУП | 4 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА | 7 |
| 1.1. Конкурентна перевага: поняття, її види, форми та властивості..... | 7 |
| 1.2. Фактори, що забезпечують конкурентну перевагу..... | 17 |
| 1.3. Особливості формування та оцінювання конкурентних переваг підприємства в сучасній умовах..... | 22 |
| РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА РІВНЯ ТА ДИНАМІКИ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ | 29 |
| 2.1. Загальна характеристика ТОВ «Телекарт-Прилад»..... | 29 |
| 2.2. Аналіз основних техніко-економічних показників діяльності підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад»..... | 36 |
| 2.3. Оцінка конкурентних переваг підприємства та резерви їх зміцнення..... | 51 |
| 2.4. Обґрунтування дій щодо зміцнення конкурентних переваг досліджуваного підприємства на основі апарату SWOT- аналізу..... | 55 |
| РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ | 63 |
| Висновки | 79 |
| Список використаних джерел | 82 |

ВСТУП

Актуальність теми полягає в тому, що в сучасних умовах проблемам підвищення ефективності управління конкурентоспроможністю економічних суб'єктів надається велике значення. В той же час не всі питання цієї важливої проблематики є вирішеними. Тим паче, що більшість підприємств перебувають у неперервному процесі вдосконалення системи управління, спрямованої на забезпечення стійких конкурентних переваг на ринку, пристосування до умов зовнішнього середовища, пошук способів протидії конкурентам, що обумовлює необхідність підвищенням конкурентоспроможності вітчизняних підприємств як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Слід зазначити, що практика господарської діяльності та конкурентні відносини між суб'єктами господарювання, свідчать про те, що конкурентоздатним на ринку підприємство буде тоді, коли буде володіти унікальними конкурентними перевагами. Це так звані переваги стратегічного рівня. Завдяки перевагам у наявних ресурсах чи перевагам, що забезпечують операційну ефективність можна досягти лише тимчасового результату, в сучасних умовах цього не достатньо. Тому важливим напрямком формування конкурентних переваг є розробка фірмою ефективної стратегії розвитку, яка базуватиметься на унікальному позиціонуванні компанії, орієнтації на унікальні види діяльності, проти витратному механізмі господарювання. Саме це дасть змогу забезпечити довгострокові конкурентні переваги.

Науковою базою роботи в області управління конкурентними перевагами є сучасна теорія конкуренції. Широке коло питань, пов'язаних із дослідженням сутності конкурентних переваг підприємства, висвітлено у працях І. Ансоффа, Л. Абалкіна, О. Ареф'євої, Л. Балабанової, І. Должанського, Т. Йеннера, Ж.-Ж. Ламбена, П.Клівець, М. Мескон, А. Ніколаєва, М. Портера, О. Іванової, О.Полтавської, Р. Фатхутдинова та ін. Проте аналіз літературних джерел свідчить, що нажаль недостатньо вирішеними залишаються питання щодо

можливості забезпечення стійких конкурентних переваг у сучасних умовах функціонування підприємств.

Мета дослідження полягає в розробці заходів щодо підвищення конкурентоздатності досліджуваного підприємства на основі зміцнення його конкурентних переваг та формування нових більш дієвих.

Завдання дослідження:

- визначити сутність поняття «конкурентна перевага»;
- описати види конкурентних переваг та оцінити їх властивості;
- дослідити сучасні підходи до класифікації конкурентних переваг різного порядку;
- виявити джерела формування конкурентних переваг, та фактори, що забезпечують їх дієву роль на підприємствах;
- показати значимість та алгоритм застосування метода СВОТ-аналізу на досліджуваному підприємстві;
- апробувати механізм оцінки конкурентних переваг на промисловому підприємстві, що ґрунтується на сучасних методах дослідження;
- розробити та обґрунтувати рекомендації щодо посилення конкурентних переваг на досліджуваному підприємстві та виявленню нових більш потужних.

Об'єктом дослідження є процес формування конкурентних переваг на основі комплексного аналізу техніко-економічної діяльності досліджуваного підприємства.

Предмет дослідження – конкурентна перевага підприємства як потужного важелю підвищення його конкурентоздатності.

Методи дослідження - вивчення та аналіз літературних джерел, спостереження, комбінація описового та порівняльного методів, метод аналізу, опитування та таке інше.

Наукова новизна отриманих результатів дослідження полягає в обґрунтуванні заходів, що підсилять конкурентоздатність досліджуваного підприємства на основі формування дієвих конкурентних переваг.

Інформаційна база дослідження Закони України та інші нормативні документи з питань діяльності підприємства, підручники, навчальні посібники, рекомендовані Міністерством освіти та науки України, монографії та інші періодичні видання відомих вітчизняних і зарубіжних вчених, офіційні статистичні данні, а також Інтернет сайти.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (37 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 85 сторінок. Основний зміст викладено на 80 сторінках. Робота містить 17 таблиць, 3 рисунка.

ВИСНОВКИ

Важливість формування конкурентних переваг підприємства в сучасних умовах жорсткої конкуренції, не викликає ніяких сумнівів. Відповідно мети роботи нами вирішені всі поставлені завдання, а саме:

1. Розкриті, на наш погляд, важливі аспекти проблематики формування конкурентних переваг підприємств. Знання сутності конкурентних переваг, їх видів та форм дає нам потужний важіль для збільшення прибутковості роботи колективів фірм та вирішення стратегічних завдань, що стоять перед ними в ринковій економіці.

2. Виявлено, що технології формування конкурентних переваг є комплексом маркетингових процедур і способів їх виконання, призначених для вигідного позиціонування підприємства в конкурентному середовищі. Принципові особливості цієї технології наступні:

3. Досліджені сучасні підходи до класифікації конкурентних переваг різного порядку. Наведена класифікація конкурентних переваг підприємства, на наш погляд, сприятиме кращому їх розумінню, правильному орієнтуванню при їх створенні і досягненні відповідних результатів.

4. Виявлені джерела формування конкурентних переваг, та фактори, що забезпечують їх дійову роль на підприємствах;

5. Дана загальна характеристика ТОВ «Телекарт-Прилад» однієї з провідних компаній України у сфері розробки і виробництва електроприладів і радіоелектронної апаратури побутового і спеціального призначення. Підприємство виконує здійснює весь цикл потрібних робіт, розпочинаючи з розробки виробу і програмного забезпечення та завершаючи установкою, гарантійним обслуговуванням і навчанням фахівців замовника.

6. Зазначено, що найчастіше для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства використовують метод бальної оцінки. Такий підхід існує у зв'язку з недоліком інформації по об'єктах дослідження. Адекватна оцінка рівня конкурентоспроможності підприємств

ускладнена через невірогідність статистичної звітності. Тому для отримання об'єктивної інформації про стан конкурентних переваг оптимальним є, на наш погляд, використання експертних методів. Їх суть полягає у виборі найбільш істотних параметрів оцінки (в нашому дослідженні це конкурентні переваги) і приведенні їх до єдиної розмірності на підставі розрахунку коефіцієнтів значущості кожного параметра. Проаналізовано стан конкурентних переваг на досліджуваному підприємстві, як вони співвідносяться з іншими підприємствами. Таким чином, було апробовано механізм оцінки конкурентних переваг на досліджуємо підприємстві, що ґрунтується на сучасних методах дослідження;

7. Показано значимість та алгоритм застосування метода СВOT-аналізу на досліджуваному підприємстві, що має важливе значення для здійснення стратегічного планування, оскільки його методика - ефективний, доступний, дешевий засіб оцінки стану проблемної та управлінської ситуації в установі. Він дозволяє систематизувати проблемні ситуації; краще розуміти структуру ресурсів, на які слід опиратися в удосконаленні діяльності та розвитку компанії на перспективу; відстежувати загальний стан зовнішнього бізнес-середовища; виділяти і використовувати нові потенційні можливості швидше, ніж конкуренти; вибрати оптимальну дорогу розвитку і уникнути небезпек; приймати зважені рішення, що стосуються розвитку бізнесу. Правильно і вчасно прийняті стратегічні рішення грають сьогодні ключову роль в успішній діяльності організації. Саме вони роблять вирішальний вплив на конкурентоспроможність продукції і підприємства в цілому.

8. Оцінка рівня та динаміки конкурентних переваг на досліджуваному підприємстві дозволив зробити висновок, що необхідно боротися за зниження цін на продукцію, що виробляється, насамперед, за рахунок зниження собівартості продукції, в тому числі враховуючі необхідність пониження високих енерговитрат. Ще одним резервом зміцнення конкурентних переваг може бути розширення асортименту виробництва та продажу за рахунок більш рентабельних та якісних товарів. ТОВ «Телекарт-прилад» програє по

критерію додаткові послуги. Дійсно, слабо розвинуті послуги, що супроводжують споживачів і потенційних покупців. Необхідні потужні дії в цьому напрямку. Їх реалізація спроможна посилити цю конкурентну перевагу та підвищити конкурентоздатність досліджуваного підприємства.

Список використаних джерел

1. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Гос. ун-т управления, Нац. фонд подготовки кадров / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М.: ОАО «Тип»НОВОСТИ», 2000. – 256 с.
2. Алчинян А. Неопределенность, эволюция и экономическая теория Электронный ресурс. / А. Алчинян //Электронный журнал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ecsocman.edu.ru/data/985/692/1219/section3_istoki.pdf.
3. Андреева Г. І. Економічний аналіз [Текст]: навч.-метод. посібник / Г. І. Андреева. - К. : Знання, 2008. - 263 с. - (Серія "Вища освіта XXI століття"). - ISBN 978-966-346-365-0
4. Балабанова А.В. Управление конкурентоспособностью предприятия на основе маркетинга: Монография /А.В.Балабанова,А.В.Кривенко.-Донецк:Доні'УЗТ им. М. Туган-Барановского, 2004.-147с.
5. Басовский Л.Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст] / Л.Е. Басовский, А.М. Лунева, А. Л. Басовский. - М.: Инфра-М, 2008. - 222 с. ISBN 978-5-16-001285-8.
6. Бранденбургер А. Ретроспективный анализ трактования терминов «конкурентоспособность», «конкурентное преимущество» отечественными и зарубежными учеными / Вестник Челябинского государственного университета. – 2010. –№ 3(184). – С. 132.
7. Вальтер Ж. Конкурентоспособность: Общий подход // Проект Российско-Европейского центра Экономической политики (РКЦЭП). – М., 2005. – 52 с.
8. Градов А.П. Визначення конкурентоспроможності промислового підприємства / А.П. Градов – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 256 с.
9. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємництво / пер.с англ.. В.С. Гуля. – К.: Україна, 1994. – 319 с.

10. Эггертссон Т. Экономическое поведение и институты / Т. Эггертссон ; пер. с англ. М.Я. Каждана ; науч. ред. пер. А.Н. Нестеренко. – М.: Дело ЛТД, 2001. – 408 с.
11. Иванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: Монографія / Ю.Б. Иванов. -Х.: Інжек, 2008. – 352 с.
12. Иванов Ю.Б. Стратегія формування конкурентних переваг підприємства в умовах інтенсивної конкурентної боротьби / Ю.Б. Иванов, О.Ю. Иванова // Проблеми економіки. – 2012. – №4. – С. 121-128 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2012-4_0-pages-121_128.pdf
13. Кирцнер Израэл М. Конкуренция и предпринимательство / М. Израэл Кирцнер / Перевод с англ. докт. экон. наук А.Н. Романова. – М.: ЮНИТИ, 2001. – 239 с.
14. Кляйна Б. Конкурентные стратегии : учеб. пособ. / М. Кныш. – СПб., 2000. – 284 с.
15. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок. Перев. с англ. под ред. В.В. Колганова. –СПб.: Питер. – 2004. – 800 с
16. Лепа Н.Н. Управление конкурентными преимуществами предприятия. Монографія / Н.Н. Лепа. – Донецк : Юго-Восток, ЛТД, 2003. – 296 с.
17. Лігоненко Л.О., Клоченок Л. В. Економіка підприємства: Навч. посібник / Київський національний торговельно- економічний ун-т. — К. : КНТЕУ, 2005. — 295 с.
18. Маршалл А. Принципы экономической науки: в 3-х томах. Т. 1. / Альфред Маршалл; Ред. О.Г. Радынова –М.: Изд. группа «Прогресс», «Универс», 1999. – 496 с.
19. Михайлик Г.В. Конкурентні переваги та шляхи їх формування на промислових підприємствах України / Г.В. Михайлик // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 11 . – С. 130-136

20. Мур У. Конкурентні переваги підприємства: сутність та джерела формування / Левицька А.О. // Вісник Хмельницького національного університету – 2012. – № 4, Т. 1.– С. 51–54.
21. Ойхер А. Ретроспективний аналіз трактування термінів «конкурентоспособность» и «конкурентное преимущество» отечественными и зарубежными учеными / Вестник Челябинского государственного университета. – 2010. –№ 3(184). – С. 132.
22. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
23. Рікардо Д. Начало политической экономии и налогообложения. Т. 2 / Д. Рикардо // Антология экономической классики. – М. : Эконов, 1993.
24. Саттон З. Є. Стратегічне управління : [підручник] / Саттон З.Є. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.
25. Секерин А. Об усилении конкурентных преимуществ предприятия / А. Секерин // Экономика Украины. – 2003. – № 8. – С. 33–38.
26. Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй / А. Сміт. – К. : Port-Royal, 2001.
27. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: моногр. / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Ю. Б. Іванова, д-ра екон. наук, проф. О. М. Тищенка. – Х.: ВД «ІнЖЕК», 2006. – 384 с.
28. Теслюк В.Є. Оцінювання та розвиток конкурентоспроможності промислових підприємств: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 [Текст] / В. Є. Титаренко; Економіка, організація і управління підприємствами. - Л., 2005. - 20 с.
29. Технологія створення бізнес-ідеї »Картина обігрівач». Електронний ресурс //Електронний журнал. [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <https://tgraph.io/Biznes-ideya-zarabotok-na-obogrevatelyah-v-osenne-zimnij-sezon-11-18>

30. Титов К.Ф. Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій.: навчальний посібник. [Текст]/ К.Ф.Ковальчук - К.: Центр учбової літератури, - 2012. - 326с
31. Тищенко О.М. Проблеми формування конкурентних переваг підприємства / О.М. Тищенко, М.О. Кизим, О.Ю. Іванова // Зб. наук. пр. Київського національного університету ім. Тараса Шевченка – К., 2008. – Вип. 15. – С. 141-152 17
32. ТОВ «Телекарт-Прилад». Офіційний сайт [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://telecard.odessa.ua/ru>
33. Траболт І.З. Конкуреноспроможність підприємства : навчальний посібник / І.З. Траболт,Т.О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
34. Фатхутдинов Р.А. Конкуреноспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.
35. Хайек Ф. Управління конкурентними перевагами підприємства. Економіка, організація і управління підприємствами. – Київ, 2003. – 226 арк. – Бібліогр.: арк. 186–201. – На правах рукопису.
36. Шелет М. Ю. Характеристика інфакрасной картини обігрівач Монографія / Ю.Б. Іванов. -Х.: Інжек, 2008. – 352 с.
37. Шеховцева А. Конкуренвні переваги підприємства: сутність і класифікація / А. Войчак, Р. Камишніков // Мар-кетинг в Україні. – 2005. – № 2. – С. 50–53.

