

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 6.030504 «Економіка підприємства»
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою _____
(назва освітньої програми)

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

Виконавець:

студентка факультету 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/

ОДЕСА – 2019

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

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 підвищення 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.

Мета дослідження полягає в розробці заходів щодо підвищення конкурентоздатності досліджуваного підприємства на основі зміцнення його конкурентних переваг та виявлення 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;
- запропонувати 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 потужний важіль підвищення його конкурентоздатності.

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

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.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретичні основи формування конкурентних переваг підприємства»** розглянуто поняття категорії конкурентна перевага, їх види, форми та специфічні властивості. Виявлені групи факторів, що забезпечують ту чи іншу конкуренту перевагу. Описані особливості формування та оцінювання конкурентних переваг підприємства в сучасних умовах.

У другому розділі **«Оцінка рівня та динаміки конкурентних переваг підприємства»** надана характеристика підприємства, що досліджується, проведено аналіз його техніко-економічних показників, представлені результати аналізу конкурентних переваг, застосовано алгоритм СВОТ-аналізу, виявлені фактори, що впливають на формування конкурентних переваг, обґрунтовані резерви формування нових конкурентних переваг.

У третьому розділі **«Шляхи створення конкурентних переваг»** запропоновано заходи, що сприяють підвищенню конкурентоздатності досліджуваного підприємства за рахунок впровадження важелів зміцнення конкурентних переваг та формування нових більш дієвих.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі. Останнім часом в науковій літературі приділяється все більша увага дослідженню літератури, яка дозволила розкрити суперечливі судження учених до формулювання змісту конкурентних переваг. 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.