

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня бакалавра

зі спеціальності 6.030504 «Економіка підприємства»

на тему:

**«ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ
ПІДПРИЄМСТВА»(НА ПРИКЛАДІ ПП “ДІД ВАСИЛЬ”)**

Виконавець:

студент ФЕУП

Пантюх Анастасія Олегівна

/підпис/

Науковий керівник:

кандидат економічних наук, доцент

Єгунов Юрій Артемович

/підпис/

ОДЕСА – 2019 рік

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. В умовах побудови і розвитку ринкових відносин в Україні стратегічним пріоритетом для держави є формування дійового конкурентного середовища, яке сприятиме швидкому розвитку окремих галузей та економіки в цілому. В цьому контексті слід зазначити, що більшість розробок направлені на демонополізацію економіки, в той же час забувається про такий важливий напрям, як підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Вважається, що конкурентоспроможність підприємства – це його внутрішня справа, проте, враховуючи, що більшість керівників підприємств не мають ні теоретичних знань, ні практичних навичок ведення конкурентної боротьби, державі необхідно підтримати їх прагнення досягти економічного успіху. Ця підтримка має здійснюватися через реалізацію державної галузевої конкурентної політики, оскільки галузеві ринки мають свою специфіку, яка потребує особливих методів конкурентної боротьби. Успішне ведення конкурентної боротьби вимагає реалізації стратегії конкуренції, що враховує галузеві особливості ринку.

Конкурентоспроможність підприємств складається з конкурентоспроможності його продукції. Тому визначення її рівня набуває надзвичайно важливого значення в умовах ринкової економіки. Зазначимо також і те, що головним критерієм цього поняття є потреби споживача, які, по суті, і формують ринок в сучасних умовах.

Значний внесок у розвиток теоретичних, методологічних, загально методичних основ конкуренції та конкурентоспроможності зробили такі вітчизняні вчені-економісти, як: О. І. Амоша, Б. В. Буркінський, В. А. Василенко, Н. І. Горбаль, В. І. Гринчуцький, І. З. Должанський, Я. А. Жаліло, Т. О. Загорна, А. П. Наливайко, П. В. Осіпов, Т. І. Ткаченко, Л. С. Шевченко та інші, та зарубіжні: Г. Л. Азоев, І. Н. Герчикова, М. Портер, Р. А. Фатхутдинов, А. Ю. Юданов та ін.

Мета дослідження - визначення сутності конкурентоспроможності продукції підприємства та напрямів її підвищення.

Завдання дослідження:

- розглянути економічну сутність конкурентоспроможності продукції;
- визначити методологічні підходи до оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства;
- з'ясувати напрями підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства в сучасних умовах;
- надати загальну характеристику ПП «Дід Василь» та його продукції;
- провести аналіз фінансово-економічної діяльності підприємства;
- оцінити конкурентоспроможність продукції ПП «Дід Василь»;
- визначити напрями та заходи підвищення конкурентоспроможності продукції на ПП «Дід Василь»;
- оптимізувати асортимент продукції підприємства;
- визначити ефективність запропонованих заходів.

Об'єкт дослідження - конкурентоспроможність продукції як економічна категорія.

Предмет дослідження - підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства

Методи дослідження. В процесі дослідження використано систему методів, яка обумовлена поставленою метою та завданнями. Вона включала метод порівняння, який застосовано до підходів вчених щодо поняття конкурентоспроможності; загальнонаукові методи аналізу та синтезу, застосовані в процесі з'ясування до методологічних підходів, статистичні методи аналізу (горизонтальний та вертикальний) використано в процесі надання характеристики ПП «Дід Василь»; маркетингові методи (АВС-аналіз, бальний метод, метод опитування) застосовано в процесі оптимізації асортименту; методи дедукції та індукції використано в процесі з'ясування напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємства; графічний та табличний методи використані для підвищення наочності матеріалів дослідження; наукової абстракції та узагальнення використано в процесі формулювання висновків.

Інформаційна база дослідження включає нормативно-правові акти, які регламентують діяльність підприємства в конкурентних умовах; наукові статті на тематику конкурентоспроможності, підручники та монографії, фінансова та статистична звітність підприємства, результати маркетингового аналізу ринку тощо.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 40 найменувань і додатків. Загальний обсяг роботи становить 65 сторінок. Основний зміст викладено на 60 сторінках. Робота містить 17 таблиць та 9 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретико-методологічні аспекти підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства»* розглянута економічна сутність конкурентоспроможності продукції підприємства; досліджені методологічні підходи до оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства; визначені напрями підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства в сучасних умовах.

У другому розділі *«Аналіз конкурентоспроможності продукції приватного підприємства «Дід Василь»»* проведена загальна характеристика господарської діяльності приватного підприємства «Дід Василь»; здійснений аналіз складу та структури виробничої програми підприємства; проведена оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства.

У третьому розділі *«Шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції ПП «Дід Василь»»* обґрунтовані напрямки та заходи підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства; розроблені рекомендації щодо покращення асортименту продукції підприємства; визначена ефективність запропонованих заходів.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Конкурентоспроможність товару – це здатність продукції бути привабливішою для покупця в порівнянні з іншими виробами аналогічного виду й призначення, завдяки кращій відповідності її якісних і вартісних характеристик вимогам ринку й споживчим оцінкам.

2. На сьогодні існує велика кількість методик оцінки конкурентоспроможності продукції. Проаналізовані методики не є ідеальними та потребують подальшої модифікації з урахуванням поєднання таких критеріїв як: якість, важливість властивостей товару для споживачів, врахування глобалізаційних та інтеграційних процесів у світовій економіці, імідж підприємства, особливості регіональних ринків продукції, вплив сервісної економіки на інтегральний показник конкурентоспроможності.

3. Отримати додатковий прибуток, що дасть змогу підприємству розвиватися, можливо не лише за рахунок зменшення витрат, а й за рахунок

підвищення конкурентоспроможності його продукції. Саме тому керівництво підприємств має постійно відстежувати рівень конкурентоспроможності продукції та реалізовувати заходи з його підвищення.

4. ПП «Дід Василь» створено ще в 1999 р. Підприємство активно розширює свою активність на ринку України та за кордоном. Вартість активів підприємства зростає, чисельність персоналу стабільна. Обсяги виручки в 2017 р. зростали, а в 2018 р. скоротилися. При цьому показники прибутку мають тенденцію до зростання.

5. На підставі технічних характеристик обладнання було розраховано виробничу програму підприємства по крупам та фасуванню і пакуванню продукції. Обладнання на підприємстві завантажено в середньому на 75-80%. Обсяги товарної продукції в рік складають на 2019 р. заплановано на рівні 44444 тис. грн.

6. Оцінку конкурентоспроможності продукції ПП «Дід Василь» було проведено бально-зваженим методом. Для оцінки було обрано пшеничну крупу ТМ «Дід Василь», ТМ «Август» та ТМ «Бест альтернатива». Результати оцінки засвідчили, що найбільш кращою пшеничною крупною є крупа ТМ «Август». На другому місці знаходиться ТМ «Бест Альтернатива» і на останньому ТМ «Дід Василь». Серед різних показників, за якими здійснювалася оцінка лише за смаком після приготування продукція ТМ «Дід Василь» випереджає обох конкурентів, за зовнішнім виглядом упаковки вона випереджає одного з конкурентів та програє іншому, за іншими показниками вона знаходиться на останньому місці.

7. ПП «Дід Василь» для підвищення конкурентоспроможності продукції доцільно сконцентрувати зусилля на трьох напрямках: покращення якості продукції; диференціювати ціну в залежності від якості продукції; оптимізація асортименту продукції.

8. Реалізація запропонованих заходів підвищення конкурентоздатності дозволить продукції підприємства закріпитися в лідерах. Для цього пропонується використати акцію «1+1» - тобто потенційний покупець може

купити акційний пакет з крупною та отримати шанс на додатковий акційний безкоштовний пакет у магазинах мережі «Таврія-В».

В результаті застосування акції на протязі 1 кварталу підприємство отримає збільшення обсягу реалізації продукції на 1681,4 тис. грн., маржинального прибутку – на 787,8 тис. грн., прибутку до оподаткування – на 179,8 тис. грн. при цьому термін окупності додаткових капітальних вкладень складе 0,7 років.