

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки підприємства та організації
підприємницької діяльності

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

_____ Янковий О.Г.

“ ___ ” _____ 2019 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 6.030504 «Економіка підприємства»

на тему:

«Чинники та шляхи підвищення конкурентоспроможності

продукції підприємства

(на прикладі ТОВ «Старокозацький сир»)»

Виконавець:

студентка факультету ФЕУП

Федоренко Надія Сергіївна

Науковий керівник:

К. е. н., доцент

Єгупов Юрій Артемович

Одеса 2019

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ РЕЗЕРВІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ	
1.1. Конкурентоспроможність продукції: економічна сутність та система показників.....	5
1.2. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції	10
1.3. Чинники та шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції.....	24
РОЗДІЛ 2: АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «СТАРОКОЗАЦЬКИЙ СИР»	
2.1. Загальні характеристики та результати господарської діяльності ТОВ «Старокозацький сир».....	31
2.2. Склад та структура виробничої програми підприємства ТОВ «Старокозацький сир»	42
2.3. Порівняльний аналіз конкурентоспроможності продукції ТОВ «Старокозацький сир» на Одеському регіональному ринку молочної продукції.....	48
РОЗДІЛ 3: ОБГРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ ТА ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «СТАРОКОЗАЦЬКИЙ СИР»	
3.1. Розширення асортименту продукції ТОВ «Старокозацький сир»....	55
3.2. Активізація маркетингової ТОВ «Старокозацький сир».....	63
ВИСНОВКИ	66
Список використаних джерел	69
Додатки	

ВСТУП

Актуальність теми. В ринковій економіці конкурентоспроможність є вирішальним чинником комерційного успіху товару. Це багатоаспектне поняття, що означає і відповідність товару умовам ринку, і вимогам споживачів, і різним умовам його реалізації, і рівня витрат споживача за період експлуатації.

Чим більша конкурентоспроможність продукції та ефективність виробництва, тим вищий рівень розвитку суспільства, адже успіх на внутрішньому та зовнішньому ринках сприяє стійкому економічному росту та розвитку не тільки підприємства, яке виготовляє таку продукцію, але й усього населення країни, зростання його добробуту.

Актуальність розгляду теми «Конкурентоспроможність продукції» буде незмінною, поки на ринку товарів і послуг будуть фігурувати різні фірми-виробники, що борються за увагу споживача до свого товару, яка, по суті, є основою їх успішності, зростання і процвітання.

Метою дипломної роботи є розробка певних рекомендацій та пропозицій для підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства ТОВ «Старокозацький сир» на українському ринку молочної продукції.

Завданнями досліджень дипломної роботи є:

- Вивчити сутність теоретичних основ конкурентоспроможності продукції;
- описати основні методи оцінки конкурентоспроможності продукції;
- дослідити діяльність підприємства ТОВ «Старокозацький сир» та його конкурентне становище на українському ринку молочної продукції.
- оцінити рівень конкурентоспроможності продукції, яку виготовляє підприємство у порівнянні з фірмами-аналогами;

- розробити рекомендації щодо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції на ринку молочної продукції.

Об'єктом дослідження є процеси та явища, які формують конкурентоспроможність продукції підприємства.

Предметом дослідження виступає рівень конкурентоспроможності продукції молокопереробної галузі на прикладі ТОВ «Старокозацький сир».

В роботі була використана низка **методів дослідження**, а саме: статистичний та аналітичний методи, метод фінансового аналізу, графічний та табличний методи для підвищення наочності матеріалів.

Інформаційна база дослідження включає в себе нормативно-правові акти, які регламентують діяльність підприємства в конкурентних умовах, фінансова та статистична звітність підприємства, результати маркетингового аналізу ринку, підручники та монографії.

При написанні дипломної роботи були використані праці вітчизняних авторів, а саме праці викладачів кафедри ЕП та ОПД, а також інформація інтернет-сайтів.

Практична значущість дипломної роботи полягає в тому, що результати дослідження можна використовувати в практичній діяльності на підприємстві, яке було об'єктом дослідження.

Структура та обсяг роботи. Дипломна робота складається із вступу, трьох основних частин, висновків, списку використаної літератури та додатків. Основна частина роботи становить 65 сторінок, вона містить 14 таблиць та 13 рисунків, список використаних джерел, що складається із 40 найменувань та додатки.

ВИСНОВКИ

Конкуентоспроможність являється основою ефективного розвитку економіки. Саме вона є основним елементом конкуренції, що дозволяє економіці рухатися вперед, відкидати все зайве та залишати найефективніше.

Конкуентоспроможність продукції – це характеристика товару, що відображає його відмінність від товару конкурента, як по ступеню відповідності конкретної потреби, так і по витратах на її задоволення.

Для дослідження чинників та шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції було обрано підприємство ТОВ «Старокозацький сир».

ТОВ «Старокозацький сир» - це підприємство, молокопереробної галузі, яке засноване в 60-х роках минулого століття. На даний час підприємство має величезний досвід у виробництві різної молочної продукції, основним видом економічної діяльності підприємства є перероблення молока, виробництво масла та сиру. ТОВ «Старокозацький сир» випускає досить широкий асортимент молочної продукції. Виготовляється більш ніж 15 сортів твердого сиру, м'які сири, масло вершкове та ін.

Здійснивши детальний аналіз діяльності підприємства, можна зробити висновок, що підприємство динамічно розвивається та успішно завойовує позиції на ринку молока та молочних продуктів. Завдяки високій якості продукції, надійному діловому зв'язку з постачальниками та клієнтами, співпраці з провідними організаціями галузі продукція організації знаходить свого споживача не тільки в Одеській області, а і в сусідніх регіонах та, навіть, в столиці країни.

Було проведено опитування відповідно до результатів якого, продукції ТМ «Старокозацький сир» віддають перевагу 7,0 % опитаних споживачів молочної продукції. А найбільшим попитом серед споживачів на Одеському

ринку молочної продукції користується продукція ТМ «Комо», згодом йде продукція ТМ «Звени Гора», на третьому місці знаходиться ТМ «Шостка».

Продукція ТМ «Старокозацький сир» значно поступається місцем найбільш популярним виробникам сиру та іншої молочної продукції в Україні для споживача Одеської області. Однією з головних переваг перед іншими виробниками є більш приваблива ціна для покупця, порівняно з іншими.

Все це свідчить про те, що підприємству слід покращувати свої позиції на конкурентному ринку та удосконалювати свою продукцію, для того щоб зробити її більш привабливою для споживача.

Проаналізувавши діяльність підприємства, оцінивши його основні переваги та недоліки, ми розробили декілька рекомендацій для того, щоб вдосконалити та підвищити конкурентоспроможність продукції підприємства на ринку та покращити його імідж серед споживачів.

Першою нашою пропозицією для підприємства ТОВ «Старокозацький сир» була пропозиція щодо реалізації нового продукту на підприємстві, а саме низькокалорійного сиру. Витрати на виробництво такого низькокалорійного сиру мінімальні, оскільки для його виробництва буде використовуватися сироватка, якої до сьогодні підприємство просто позбувається, а в результаті підприємство отримає значний прибуток.

Другою нашою пропозицією для підприємства ТОВ «Старокозацький сир» була пропозиція щодо запуску на підприємстві лінії розливу молока. Згодом підприємство ТОВ «Старокозацький сир» змогло би продавати фасоване по пляшках молоко під своєю торговою маркою, яке доставлялося би його існуючим контрагентам.

При цьому підприємство ТОВ «Старокозацький сир» при мінімальних витратах, оскільки лінія для розливу молока вже є на підприємстві, і потрібно буде закупити лише тару, могло би отримувати значний прибуток та цим значно покращити свій фінансовий стан.

Стосовно маркетингової діяльності на підприємстві ТОВ «Старокозацький сир», то вона на даний момент на дуже низькому рівні. Продукція підприємства майже зовсім ніде не рекламується. Хоча, якістю продукція підприємства ТОВ «Старокозацький сир» не поступається багатьом іншим відомим виробникам молочної продукції, та все одно споживач віддасть перевагу більш відомим торговим маркам.

Саме через це, ми пропонуємо час від часу в точках продажу продукції проводити такий вид промо-акцій, як дегустації. Так, як в дні коли проводиться даний вид промо-акції - спостерігається збільшення продажів на 100-200%. На мою думку, цей рекламний захід зможе за найкоротший термін зробити продукцію підприємства ТОВ «Старокозацький сир» більш впізнаваною для споживача та стрімко підвищити обсяги продажів.

Список використаних джерел

1. Егупов Ю. А. Планирование инноваций как инструмент маркетингового и ресурсного обоснования производственной программы предприятия //Ю. А. Егупов // Вісник Черкаського університету. Серія Економічні науки. Випуск 103. – Черкаси, 2007. – С. 110-118.
2. Егупов Ю. А. Сущностная характеристика и классификация бизнес-планов//Ю. А. Егупов // Вісник Донецького університету. Серія В. Економіка і право. Спецвипуск. Том 2. Донецьк, 2006. - С. 82-90.
3. Егупов Ю. А. Экономическая оценка производственной программы предприятия в условиях многономенклатурного производства//Ю. А. Егупов //Економіст. – 2012. - №3. - С. 50-54.
4. Егупов Ю. А., Купинец Л. Е. Бизнес-план: методика разработки и анализа. // Ю. А. Егупов, Л. Е. Купинец // Навчальний посібник. Одеса: Оптимум, 2001. – 230 с.
5. Егупов Ю. А., Литвинова В. А. Механизм обоснования эффективных путей и формирования оптимальной программы повышения конкурентоспособности продукции // Ю. А. Егупов, В. А. Литвинова // Економіст. – 2012. – №8. – С. 73-78.
6. Егупов Ю. А., Литвинова В. А. Оцінка порівняльної ефективності шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції // Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія /. – Одеса: ПАЛЬМІРА, 2013. – С. 141-159.
7. Егупов Ю. А. Аналіз досягнення економічних критеріїв у процесі формування виробничої програми підприємства // Ю. А. Егупов // Формування ринкової економіки: зб. наук. пр. – Спец. вип. Економіка підприємства: теорія і практика: у 2 ч. – Ч. I – К.: КНЕУ, 2010. – С. 280-291.

8. Єгупов Ю. А. Деякі аспекти аналізу беззбитковості та окупності інвестиційних проектів //Ю. А. Єгупов // Вісник соціально-економічних досліджень. Збірник наукових праць. Вип. 6 / Одес. держ. екон. ун-т.- Одеса: АТЗТ ІРЕНТТ, 2000. – С. 75-79.

9. Єгупов Ю. А. Интерактивная процедура формирования оптимальной производственной программы мясоперерабатывающего предприятия// Ю. А. Єгупов // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. Вип. 4. Том 3. Хмельницький, 2010. – С. 65-70.

10. Єгупов Ю. А. Обґрунтування методу порівняльної оцінки варіантів одноцільової оптимізації виробничої програми підприємства //Ю. А. Єгупов // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. Вип. 4. Том 1. Хмельницький, 2008. – С. 131-134.

11. Єгупов Ю. А. Планування виробничої потужності в контексті ресурсного обґрунтування виробничої програми підприємства// Ю. А. Єгупов // Економіст. – 2011. - №11. - С. 49-52.

12. Єгупов Ю. А. Про логіку побудови техніко-економічних розрахунків у бізнес-плануванні //Ю. А. Єгупов // Вісник соціально-економічних досліджень. Збірник наукових праць. Вип. 12 / Одес. держ. екон. ун-т. - Одеса: ОДЕУ, 2002. - С. 163-166.

13. Єгупов Ю. А. Розвиток підходів до формування виробничої програми підприємства // Ю. А. Єгупов // Інноваційна економіка. – 2016. – № 3-4 [62]. – С. 50-57.

14. Єгупов Ю. А. Системний підхід до планування ресурсного забезпечення виробничої програми підприємства// Ю. А. Єгупов // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 10. – С. 126-137.

15. Єгупов Ю. А. Способи реалізації багатоцільового підходу до інтерактивної оптимізації виробничої програми промислового підприємства //

Ю. А. Єгупов // Вісник соціально-економічних досліджень. Вип. 45 / Одеса: ОНЕУ, 2012. – 396 С. 88-95.

16. Єгупов Ю. А. Структурована процедура оптимізації виробничої програми м'ясопереробного підприємства //Ю. А. Єгупов // Вісник соціально-економічних досліджень. Вип. 39 / Одеса: ОДЕУ, 2010. – С. 58-63.

17. Єгупов Ю. А. Сучасні підходи до моделювання оптимальної виробничої програми промислового підприємства// Ю. А. Єгупов // Вісник соціально-економічних досліджень. Вип. 31. – Одеса: ОДЕУ, 2008. – С. 88-94.

18. Єгупов Ю. А. Таксономічний аналіз як інструмент інтерактивної оптимізації виробничої програми м'ясопереробного підприємства // Ю. А. Єгупов // Вісник Запорізького національного університету: Збірник наукових праць. Економічні науки. - №4, 2011. – С. 113-118.

19. Єгупов Ю. А., Єгупова І. М. Об одном из подходов к решению «вечной» проблемы распределения косвенных затрат //Ю. А. Єгупов, І. М. Єгупова // Економіст. – 2012. - №1. - С. 28-33.

20. Єгупов Ю. А. Оптимізація інформаційного поля формування початкового плану продажів підприємства // Ю. А. Єгупов // Економіка: реалії часу. Науковий журнал [Електронний ресурс] . – 2016. – № 1(23). – С. 142-148. – Режим доступу до журн.:<http://economics.opu.ua/files/archive/2016/n1.html>

21. Єгупов Ю.А.. Організація виробництва на промисловому підприємстві. Навчальний посібник // Ю.А. Єгупов // - К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 488 с.

22. Єгупов Ю.А.. Параметри виробничої програми сучасного промислового підприємства // Ю. А. Єгупов // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 7. – С. 134-147.

23. Єгупов Ю. А.. Система планів сучасного промислового підприємства // Ю. А. Єгупов // Економіст. – 2017. – № 5. – С. 13-21.

Єгупов Ю. А..Форми і горизонт планування виробничої програми промислового підприємства // Ю. А.. Єгупов // Економіка: реалії часу. Науковий журнал [Електронний ресурс]. – 2015. – № 2(18). – С. 243-249. – Режим доступу до журн.:<http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n2.html>

24. Литвинова В.А.. Повышение конкурентоспособности продукции: проблемы определения эффективности // Бізнесінформ. – №8. – 2013. – С. 252–255.

25. Литвинова В.А.. Формирование системы факторных показателей для оценки конкурентоспособности электрических водонагревателей на региональном рынке // Інноваційна економіка. – 2015. – №4 (59). – С. 141–145.

26. Літвінова В.О. Порівняльний аналіз розрахункових методів визначення рівня конкурентоспроможності продукції // Вісник соціально-економічних досліджень: Зб. Наук. пр. – 2013. – Вип. 4 (51). – С. 81–87.

27. Літвінова В.О. Методичні та методологічні особливості дослідження рівня конкурентоспроможності продукції // Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія / за ред. Проф.. О.Г. Янкового. – Одеса: ПАЛЬМІРА, 2017. – С. 277-284.

28. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О.Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2017. – 514 с.

29. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія / за загальною редакцією професора О.Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2017. - 514 с. (п.п Концептуальні асади управління діяльністю підприємств як складова формування їх конкурентоспроможності – С. 139-149.)

30. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств : [Монографія] / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О.Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2017. – 514 с., С.7-29.

31. Янковий О.Г. Methods of sales forecasting in a marketing information system of the industrial enterprises //Економіка :реаліічасу. Науковий журнал. – 2016. – № 1 (23). – С. 43-48.[Електронний ресурс]– Режим доступу : <http://economics.opu.ua/files/archive/2016/No1/43.pdf>
32. Янковий О.Г. Латентні ознаки в економіці [Монографія]. – Одеса, Атлант, 2015. -168 с.
33. Кластеризація як шлях до підвищення конкурентоспроможності вітчизняних молокопереробних підприємств / В. Г. Семенова, Ю. І. Матіщак/ Монографія: Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств монографія // За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О.Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2017. – с. 114-123.
34. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия. Научное издание / [колл. авторов] – Харьков : Изд. ХНЕУ, 2015. – 256 с.
35. Дробітько Н.А. Управління конкурентоспроможністю в умовах ринкової економіки: Автореф. дис. на здобуття наук. ступ. к.е.н. – Х. : ХДЕУ, 2016 – 20 с.
36. Балабанова Л.В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга : [монография] / Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко – Донецк : ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2014. – 147 с.
37. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Черенков. – М. : ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2014. – 256 с.
38. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Азоев Г.Л. – М. :Центр экономики и маркетинга, 2016. – 208 с.
39. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення / В.А. Павлова ; [монографія]. – Д. : вид-во ДУЕП, 2015. – 276 с.

40. Циганок О.О. Загальна схема оцінки конкурентоспроможності продукції: теоретичні та методологічні аспекти//Економіка промисловості. – 2014. - №1. – с.148-156.