

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра Маркетингу

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 6.030507 Маркетинг

на тему: **«Маркетингове дослідження конкурентоспроможності
продукції підприємства»**

Виконавець:

студентка 4 курсу 5 групи ФМЕ

Ніколова Катерина Іллівна _____
/підпис/

Науковий керівник:

ст.викладач

Шеремета Олександра Віталіївна _____
/підпис/

ОДЕССА - 2019

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми Основою ринкової економіки є конкуренція. Конкуренція - це головна рушійна сила розвитку господарюючих суб'єктів ринку та економіки в цілому. Основним суб'єктом ринкових відносин є підприємство, і для успішного функціонування воно повинно мати здатність витримувати конкурентну боротьбу. Маркетингові дослідження з питань конкурентоспроможності підприємства як тема кваліфікаційної роботи дає можливість постійно використовувати отримані знання на практиці. Крім того, наші маркетингові дослідження не можуть залишитися незатребуваними, особливо якщо є актуальними і практичними.

Мета дослідження Метою кваліфікаційної роботи є розгляд основних теоретичних питань конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємства.

Досягнення зазначеної мети обумовило необхідність вирішення наступних завдань:

- визначення критеріїв конкурентоспроможності й формування системи показників її вимірювання;
- розроблення методів оцінки рівня конкурентоспроможності;
- розроблення методів формування алгоритмів (програм) підвищення конкурентоспроможності.
- проаналізувати фінансово-господарську діяльність підприємства; конкурентні переваги на ринку цементної галузі;
- надати пропозиції зі зміцнення своїх позицій на ринку.

Об'єкт дослідження Об'єктом дослідження є ТОВ «Цемент».

Предмет дослідження комплекс теоретичних, методологічних та науково-практичних підходів до управління конкурентоспроможності підприємства

Наукова новизна

Удосконалено наукові підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства цементної галузі з урахуванням специфіки конкурентного середовища.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (65 найменувань) та 3 додатків. Загальний обсяг роботи становить 92 сторінки. Основний зміст викладено на 81 сторінках. Робота містить 20 таблиць, 10 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні основи управління конкурентоспроможністю підприємства»* розглянуто сутність і значення конкурентоспроможності підприємства. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Оцінка конкурентоспроможності підприємства представляє собою складне багатофакторне завдання, яке зводиться до інтерпретації та оцінки комплексу показників, що характеризують різні сторони діяльності підприємства, що формують його конкурентоспроможність.

У другому розділі Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Цемент», проаналізовано фінансово-господарську діяльність підприємства, досліджено конкурентну позицію підприємства, проаналізована конкурентна позиція підприємства.

У третьому розділі *«Шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства»* ми запропонували шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства. Нами були дані рекомендації з покращення маркетингової діяльності підприємства.

ВИСНОВКИ

ТОВ «Цемент», раніше Одеський цементний завод — найбільший виробник цементу у південному регіоні України.

Продукцію ТОВ «Цемент» було використано для значущих інфраструктурних об'єктів України, серед яких Південний і Іллічівський морські порти, Одеська обл., НСК «Олімпійський», м. Київ.

Основним ринком Одеського цементного заводу є Одеська область де компанія займає лідируючі позиції (близько 50% ринку). У той же час він активно розвиває ринки Херсонської та Миколаївської областей.

З метою виявлення тенденцій розвитку підприємства, проаналізуємо динаміку основних економічних показників діяльності ТОВ «Цемент» за 2016-2018 роки.

Важливою характеристикою фінансового стану підприємства є оцінка його платоспроможності, тобто здатність підприємства розрахуватися за своїми зобов'язаннями. Платоспроможним є також підприємство, у якого активи перевищують зовнішні зобов'язання. Здатність підприємства платити за своїми короткостроковими зобов'язаннями називають ліквідністю.

Щоб розробити оптимальні маркетингові дослідження, насамперед потрібно дослідити ринок, тобто зібрати, проаналізувати та систематизувати інформацію. Інформація має бути високоякісною, тобто достовірною, повною, точною, актуальною, цінною та корисною. Маючи високоякісну інформацію, ТОВ «Цемент» може одержати конкурентні переваги, знизити рівень фінансового ризику, визначити ставлення споживачів, підвищувати ефективність роботи, вирішувати інші важливі проблеми.

Аналіз за допомогою PEST-аналізу показав, що на підприємство в більшій мірі чинять негативний вплив політичні та економічні фактори.

Конкурентне ринкове середовище вимагає від підприємства постійного вдосконалення. Для того щоб бути конкурентоспроможним, підприємство повинно мати конкурентні переваги.

На нашу думку, доцільним буде створення відділу маркетингу на ТОВ «Цемент» з метою підвищення конкурентоздатності продукції заводу на ринку виробництва цементу як в Україні так і на міжнародних ринках.

Також, нами було запропоновані рекомендації щодо вдосконалення веб-сайту ТОВ «Цемент».

Таким чином, за нашими розрахунками відновлення роботи відділу маркетингу є доцільним та виправданим, адже при всіх варіантах прогнозу спостерігається зростання прибутку від операційної діяльності, а рентабельність є позитивною, до того ж робота відділу буде сприяти підвищенню ефективності маркетингової діяльності і, як наслідок, зміцненню конкурентних позицій підприємства на ринку цементної галузі

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавр
Ніколової К.І.

«Маркетингове дослідження конкурентоспроможності продукції підприємства»

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності
6.030507 Маркетинг

Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2019 рік

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження - ТОВ «Цемент».

У роботі розглядаються теоретичні аспекти та поняття конкурентоспроможності підприємства. Зроблено аналіз основних факторів, що визначають і впливають на конкурентоспроможність підприємства. Розглянуті методи оцінки конкурентоспроможності підприємства за окремими аспектами його діяльності – виробничим, інноваційним, маркетинговим, фінансовим тощо.

Проаналізовано фінансово-господарська діяльність підприємства, проведено аналіз техніко-економічних показників, конкурентного середовища підприємства. основні тенденції ринку виробництва цементу України в цілому. Надані рекомендації щодо поліпшення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Запропоновано та економічно обгрунтовано шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, продукція, конкуренти, постачальники, споживачі

ANNOTATION

qualifying work for obtaining an educational bachelor's degree

Nikolova Kateryna

"Marketing Research of Enterprise Product Competitiveness"

qualifying work for obtaining an educational bachelor's degree in specialty

6.030507 Marketing

Odessa National Economic University

Odessa, 2019

The qualification work of the bachelor's degree consists of three sections. Object of study The object of research - LLC "Cement".

The article deals with theoretical aspects and concepts of enterprise competitiveness. The analysis of the main factors determining and influencing the competitiveness of the enterprise is made. The methods of assessing the competitiveness of an enterprise on certain aspects of its activity - industrial, innovative, marketing, financial, etc. are considered.

The financial-economic activity of the enterprise was analyzed, the analysis of technical and economic indicators, the competitive environment of the enterprise was carried out. main tendencies of the Ukrainian cement market as a whole. Provided recommendations for improving the competitiveness of the enterprise

The ways of raising the level of competitiveness of the enterprise are proposed and economically substantiated.

Keywords: competitiveness, products, competitors, suppliers, substitute products, consumers