МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
_____
“___”_____2019 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 073 Менеджмент

за темою:

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Виконавець
студентка _ЕУП_ факультету
_Басюк Олег Олександрович_____
(прізвище, ім’я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник
к.е.н., ст.викл.
(науковий ступінь, вчене звання)
Місько Ганна Анатоліївна
(прізвище, ім’я, по батькові) /підпис/

Одеса 2020

ЗМІСТ

ВСТУП……..……..……. 3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА.....…….….....……..... 6
1.1. Визначення поняття конкурентних переваг підприємства .....….. 6
1.2. Принципи формування конкурентних переваг 11
1.3. Методичні підходи оцінювання конкурентних переваг підприємства 19
РОЗДІЛ 2. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ТОВ «ТЕЛЕКАРТ-ПРИЛАД» .....……..... 30
2.1. Загальна характеристика ТОВ «Телекарт-Прилад» 30
2.2. Аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «Телекарт-Прилад» .....…….. 36
2.3. Аналіз середовища функціонування ТОВ «Телекарт-Прилад» 41
2.4. Аналіз та розвиток конкурентних переваг ТОВ «Телекарт-Прилад» 46
2.5. Обґрунтування виходу на ринок з технологією «Розумний дім» 53
ВИСНОВОКИ…….....…. 62
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ …….……..... 65

ВСТУП

Конкуренція на ринку висунула одну з актуальних проблем в економіці - завдання інтенсивного і комплексного використання наявних можливостей у рамках стратегічного управління, рішення якої безпосередньо пов'язане з удосконаленням механізму управління конкурентними перевагами підприємства. Нестача інформації про кількісні і якісні характеристики цих переваг утрудняє формування стратегії його розвитку, а, отже, знижує можливості стійкого росту. Конкурентними перевагами є потенційні можливості ефективного використання усіх наявних ресурсів підприємства.

Забезпечення випуску високоякісної і конкурентоздатної продукції у всьому світі розглядається як важлива проблема національної економіки, від якої залежать темпи промислового розвитку країни і її національний престиж.

Дослідження конкурентоспроможності підприємства в умовах економічної ситуації, яка склалася в Україні, дає можливість розглядати її як комплексну характеристику потенційних можливостей забезпечення конкурентних переваг в перспективі. Джерелами конкурентних переваг є прогресивна організаційно-технологічна і соціально-економічна база підприємства, уміння аналізувати і своєчасно здійснювати заходи по зміцненню конкурентних переваг. Останнє слід зазначити особливо, тому що аналіз і оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства потрібний на усіх рівнях позавиробничого процесу.

Аналіз конкурентних переваг дуже важливий, але необхідно пам'ятати, що він є лише констатацією сьогоднішньої ситуації. Між тим конкурентна ситуація постійно розвивається, і часто це відбувається дуже динамічно. Завжди існують найважливіші на цей період рушійні сили конкуренція.

З висческазаного можна зробити висновок про те, що проблема підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства є актуальним питанням, рішенню якого і присвячується ця робота.

Конкурентні переваги має виняткове значення для успішної діяльності і виживання фірми. Однак деякі підприємства, що мають визначальні переваги на ринку не використовують їх відповідним. Це в першу чергу пов'язано з неефективним аналізом конкурентного середовища та нездатністю управляти наявними конкурентними перевагами.

Тому управління конкурентними перевагами підприємства є зараз ключовою проблемою для українських підприємств.

Необхідність формування системи управління конкурентними перевагами зумовили тему цієї дипломної роботи.

Мета і завдання дипломної роботи. Метою цього дослідження є розробка практичних рекомендацій по формуванню конкурентних переваг підприємства.

Досягнення поставленої мети вимагає рішення наступних завдань :

- розглянути суть конкурентних переваг підприємства та методі аналізу та управління ними;
- проаналізувати показники діяльності підприємства;
- проаналізувати наявні конкурентні переваги ТОВ «Телекар-Прилад»;
- визначити напрямки розвитку конкурентних переваг підприємства;
- оцінити економічну ефективність заходів по розвитку конкурентних переваг.

Об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження в дипломній роботі є ТОВ «Телекарт-Прилад», яке спеціалізується на розробці та випуску телекомунікаційного обладнання.

Предмет дослідження. Предметом дослідження є принципи аналізу та управління конкурентними перевагами підприємства, яке досліджується. .

Методи дослідження. Теоретична база дослідження представлена працями вітчизняних і зарубіжних учених по економіці, маркетингу, менеджменту. Інформаційну базу дослідження склали матеріали монографій, періодичних спеціальних видань, навчально-методичної літератури і навчальних посібників,

а також законодавчих і нормативних актів України, даних фінансової звітності ТОВ «Телекарт-Прилад».

У роботі використані наступні методи:

- логічний аналіз;
- порівняльний аналіз;
- стратегічний аналіз;
- системний підхід;
- експертних оцінок;
- аналіз техніко-економічних показників діяльності і складових елементів макро- і мікросередовища підприємства;
- аналітико-синтетичний метод дослідження сильних і слабких сторін діяльності - SWOT - аналіз;
- аналіз діяльності підприємства після впровадження запропонованих заходів.

Практична значущість. Основні пропозиції і результати дипломної роботи можуть бути використані в діяльності ТОВ «Телекарт-Прилад». Розроблені заходи дозволять підприємству виявити приховані резерви і підвищити ефективність його діяльності.

ВИСНОВКИ

1) Сьогодні в управлінської науці багато визначень конкурентних переваг. Розглянувши трактування поняття «конкурентні переваги», зазначимо, що вчені не мають єдиної думки щодо сутності цього поняття. Але, кожне з понять має спільні риси одне з іншим.

Таким чином в загальному розумінні конкурентні переваги базуються на концентрованому прояві переваги над конкурентами в економічній, технічній й організаційній сферах діяльності підприємства. Конкурентна перевага є порівняльною, а отже, відносною, а не абсолютною характеристикою підприємства.

Порядок формування конкурентних переваг включає в себе чотири основних етапи: підготовчий, проектний, етап впровадження нових конкурентних переваг та етап аналізу результатів впровадження. Формування конкурентних переваг підприємства є досить складним і багатогранним процесом, умовою якого є досягнення стійкого функціонування підприємства, і має безперечну практичну цінність.

2) Основним напрямком діяльності ТОВ «Телекарт-Прилад» є розробка і серійне виробництво комплексних автоматизованих системних проектів для телекомунікаційної галузі, енергетики, транспорту, комунального господарства з використанням контактних і безконтактних карт.

Фінансово-економічні показники взагалі демонструю повільне зростання, однак визиває занепокоєння зменшення витрат на збут, а також показник загальної ліквідності, який дещо нижче норми.

3) Аналіз конкурентного середовища за допомогою моделі «п’яти сил конкуренції» М. Понтера визначив загальну привабливість галузі телекомунікаційного обладнання. Однак основною загрозою являється проникнення нових конкурентів, та підвищення впливу зі сторони споживачів продукції.

Для визначення ключових конкретних переваг ми використали метод формування конкурентного профілю, порівняно з основними конкурентами. Для цього обрахували коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства на основі експертних оцінок конкурентних параметрів.

За рівнем конкурентоспроможності підприємство займає друге місце. Так ТОВ «Телекарт – Прилад» в першу чергу програє в маркетингової складової. Основною конкурентною перевагою ТОВ «Телекарт – прилад» являються технології і відповідно якість виготовленої продукції. Так підприємство може виконати будь яку роботу від початку до впровадження у виробництво самостійно.

Проаналізувавши багатокутник конкурентоспроможності, ми визначили, що багатокутник ТОВ «Телекарт – Прилад» займає майже таку ж площу , як і багатокутник основного конкурента ТОВ "Кард Системс" , що характеризує конкурентну позицію підприємства як достатньо стійку. Можна побачити, що підприємство має конкурентоспроможні переваги за одними факторами, однак програє за іншими. Таким чином підприємство має всі шанси зайняти лідируючи позиції в галузі.

Переваги які потрібно розвивати, при чому негайно, це в першу маркетинг.

4) Для аналізу внутрішнього потенціалу підприємства та визначення його спроможності підтримати розвиток зазначених конкурентних переваг нами було проведено SWOT-аналіз. Нами було визначено ключові конкурентні переваги підприємства: технології та якість продукції, що і підтвердив проведений SWOT-аналіз. На них необхідно спиратися при формуванні конкурентної стратегії розвитку.

Саме за допомогою SWOT-аналізу нам вдалося визначити напрямки розвитку маркетингової складової конкурентних переваг ТОВ «Телекарт-Прилад». Підприємство «Телекарт - Прилад» протягом свого існування часто міняло та поєднувало різни напрямки діяльності. Що свідчить відсутність у підприємства маркетингової політика побудованої на наявних конкурентних перевагах.

Спираючись на проведеному дослідженні ми пропонуємо зайнятися складними проектам. Однак на відміну від тих, шо раніш реалізовувало підприємство, ми пропонуємо спрямовати свої зусилля на масового споживача. І в якості такого проекту ми пропонуємо технологію «Розумний дім».

5) Перші електричні прилади для полегшення життя простому користувачеві, з'явилися на початку минулого століття. Останні розробки в цій області все більше наближають концепцію розумного будинку до тих принципів, по яким функціонують живі організми.

Розрахунок грошового потоку показує прибутковість проекту, протягом 7 майже семи місяців інвестиції повністю окупляться. Взагалі підприємство отримає 3 млн.грн. чистого прибутку протягом п’яти років.

Таким чином, ми визначили, що розвиток маркетингової складової конкурентного профілю дозволив сформувати стійку конкурентну перевагу на ринку телекомунікаційного обладнання за рахунок більш повного використання таких наявних конкурентних переваг, як технології та якість продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М. : Изд-во "ОАО "Тип "НОВОСТИ", 2006. – 256 с.
2. Ансофф И., Макдоннелл Э. Дж. Новая корпоративная стратегия / Пер. с англ. — СПб.: Питер Ком, 2009. — 416 с.
3. Брукінг Э. Інтелектуальний капітал: ключ до успіху в новому тисячолітті / Э. Брукинг, Київ, 2008 – 288 с.
4. Гирняк О.М.. Лазаковский Л.П. Менеджмент: теория и практикум: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – К.: Магнолия плюс, 2003. – 336 с.
5. Глухов А. Оценка конкурентоспособности товара и способы ее обеспечения/ Маркетинг. – 1999. – 425 с.
6. Горбатенко А.В., Особливості формування маркетингової стратегії на ринку ІТ-послуг, Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2019. – № 5 (268). – 284 с. – с.73-93.
7. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006 – 384 с.
8. Економіка й організація інноваційної діяльності : Підручник / [О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін.] Суми , 2011. – 662 с.
9. Економіка підприємства : підручник / [Л. Г. Мельник, О. І. Карінцева, С. М. Ілляшенко та ін.] ; за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. – Суми : ВТД "Університетська книга", 2004. – 648 с.
10. Зозулев А. Об усилении конкурентных преимуществ предприятия // Экономика Украины. – 2003. - №8. – С.33-38.
11. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия. Научное издание. – Харьков: Изд. ХНЭУ, 2004. – 256 с.
12. Ізмайлова К.В. Фінансовий аналіз.-Київ: МАУП,2010.-152 с.
13. Ілляшенко С. М. Економічний ризик : навчальний посібник / С. М. Іл-

ляшенко. перероб. і доп. – К. Суми : Центр навчальної літератури, 2008. – 220 с.

14. Ілляшенко С. М. Сутність, структура і методичні основи оцінки інтелектуального капіталу підприємства / С. М. Ілляшенко // Економіка України. 2008. № 11. – 44с.
15. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учебное пособие. – М.:БГЭУ, 1999. – 304с.
16. Качалина Л.Н. Конкурентоспособный менеджмент / Качалина Л.Н. – М.: Изд-во Эксмо, 2006. – 464с.
17. Коломієць І.Ф. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства в системі факторів інтернаціоналізації // Конкуренція. - 2007. - № 3. - С. 16-26.
18. Коробейников О. П.. Інтеграція стратегічного та інноваційного менеджменту / О. П. Коробейников, А. А. Тріфілова / / Львів, 2010. № 4. - С.44.
19. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств.- Київ:Знання,2009.- 294 с.
20. Куденко Н.В. Маркетингові стратегії фірми: Монографія. – К.: КНЕУ, 2002. – 245
21. Кузнецова І.О. Науково-методичні аспекти процесу управління стратегічними ризиками: (Монографія) / І.О. Кузнецова, В.О. Кравченко, О.Ю. Малютенко – Одеса: Атлант, 2015. – 188 с.
22. Кузнєцова І.О. Оцінювання конкурентоспроможності промислового підприємства / Кузнєцова І.О., Артемова О.С.// Науковий вісник ОНЕУ. – Одеса, 2016. - № 10 (242) - с. 54-72
23. Кныш М.И. Конкурентные стратегии. – СПб: Любавич, 2000. – 284 с
24. Корягіна І. Конкурентна боротьба: на старті / / Готель. - 2008. - № 5 - с.18-20
25. Квартальнов В.А. Маркетинг на підприємстві: Практичний посібник. - М.: Финстатинформ, 2005. - 181 с.
26. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Под ред. Л.А. Волкової, Каптуревского Ю.М. - СПб.: Питер, 2000. - 700 с.
27. Лазарев А.В. Многоуровневая структура и подходы к оценке экономической

категории «конкурентоспособность» // Проблемы прогнозирования. – 2007. - №4. – 3-21с.

28. Ламбен Жан-Жак. Стратегічний маркетинг. - СПб.: Наука, 2006.-57 с.

29. Лепа Н.Н. Управление конкурентными преимуществами предприятия / НАН Украины. Ин-тут эк-ки промышленности. – Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд», 2003. – 296 с.

30. Лупак Р.Л. Економічні основи забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкових відносин // Наук. Вісник НЛТУУ: Зб. наук.-техн. Праць – Львів: НЛТУУ. – 2010, вип. 20.6. – С.248 – 252.

31. Мединский В. Г. Інноваційний менеджмент: підручник / В. Г. Ме-динский. – Харків : Інфра-М, 2011. – 295 с.

32. Місько Г.А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник конкурентоспроможності підприємства // Науковий вісник ОНЕУ. – Одеса, 2014. - № 12 - с. 98-108

33. Оцінка активів підприємства: навчальний посібник / [Панасовський Ю. В., Семененко Б. А., Теліженко О. М. та ін.] ; за заг. ред. Ю. В. Панасовського. – Суми : Університетська книга, 2009. – 512 с.

34. Позняк С. В. Конкурентні переваги і конкурентоспроможність / С. В. Позняк // Актуальні проблеми економіки. – 2002. – № 1. – С. 50–54.

35. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення : монографія / В. А. Павлова. – Д. : Изд-во ДУЕП, 2006. – 276 с.

36. Позняк С. В. Конкуренция / С. В. Позняк ; пер. с англ. – М. : Издательский дом “Вильямс”, 2000. – 495 с.

37. Портер М.Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. – К.: Основи, 1998.-390с.

38. Шапурова О.О. Антикризове управління машинобудівними підприємствами в ринкових умовах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 / НАН України; Класичний приватний університет. – Запоріжжя. – 2009 р. – 20 с.

39. Офіційний сайт ТОВ «Телекарт-Прилад» http://telecard.odessa.ua/ru/