

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра економіки підприємства та організації підприємницької діяльності

Допущено до захисту

завідувач кафедри

Семенова В.Г.

« ____ » _____ 2020 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності «Економіка підприємства та організація
підприємницької діяльності»

за темою:

«Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства (на прикладі
ТОВ «Паритет»)»

Виконавець:

Студент 45 групи ФЕУП

Власенко Яна Геннадіївна

(прізвище, ім'я та по батькові, підпис)

Науковий керівник:

_____ к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Грінченко Раїса Володимирівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

Одеса 2020

Зміст

ВСТУП	3
.....	
РОЗДІЛ 1. Основні елементи конкурентоспроможності підприємств	6
1.1. Сутність та характеристика конкурентоспроможності	6
1.2. Фактори та рівні конкурентоспроможності	10
1.3. Методи аналізу оцінки конкурентоспроможності	14
РОЗДІЛ 2. Аналіз стану та шляхи підвищення конкурентоспроможності на ТОВ «Паритет»	23
2.1. Опис та характеристика діяльності ТОВ «Паритет»	23
2.2. Характеристика та аналіз динаміки важливих факторів конкурентоспроможності підприємства	28
2.3. Оцінка конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Паритет» в сучасних ринкових умовах	47
РОЗДІЛ 3. Резерви росту конкурентоспроможності підприємства	55
3.1. Пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства та розрахунок ефективності запропонованих заходів	55
ВИСНОВКИ	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	70

ВСТУП

Актуальна проблема економічного зростання з урахуванням усіх сучасних винаходів, удосконалення систем управління та організації процесу праці не можлива без запровадження інноваційного шляху розвитку підприємства. Підприємство виступає основною ланкою економіки та рушійною силою виробництва необхідних для суспільства продуктів та надання благ для задоволення усіх першочергових потреб людства.

Конкуренція – один із основних компонентів ринкового господарства. Саме завдяки їй створюються умови для розробки і виробництва нових товарів і послуг. Конкуренція поділяється на товарну, виробничу, галузеву, особистісну та іншу.

Від самого початку зародження підприємство здобуває положення конкурентоспроможного. Виходячи на ринок, здобуває економічну самостійність в вигляді обрання особистісної специфіки діяльності; товару, який створювати або послуги, яку надавати; масштабу реалізації виробничої діяльності; пошуку споживачів та інше. Закони, за якими функціонує здорова економіка свідчать про те, що наявність високого попиту на продукцію супроводжуються появою фірм або підприємств, які здатні задовольнити існуючу потребу. Внаслідок існування такої залежності – виникає потреба постійно підтримувати та регулювати таку конкуренту позицію, конкурентоспроможність.

Актуальність теми полягає в тому, що перед сучасними підприємствами стоїть важливе завдання – виробити товар, який би задовольнив потреби вже примхливого споживача, та мав би вагому відмінність від товару конкурента. На сьогоднішній день в умовах перенасиченості ринку та загостреної конкуренції перед керівником фірми постає потреба в постійному пошуку методів управління конкурентоспроможністю, необхідності запровадження таких дії та такої організації підприємницької діяльності, при якій був би досягнутий певний конкурентний рівень, який буде вищим за підприємств- конкурентів. Зміни в сфері виробництва, що відбуваються в Україні протягом останніх 20 років, свідчать про те, що кожне

підприємство просто не зможе вижити в сучасних ринкових умовах та із сучасним рівнем конкуренції без запровадження нових методів управління, вдосконалення організації всіх ланок виробництва всередині підприємства.

Метою роботи є висвітлення теоретичних знань щодо поняття конкуренція та конкурентоспроможність, положення ТОВ «Паритет» на ринку світлопрозорих конструкцій шляхом зіставлення з конкурентами, виявлення слабких сторін або недоліків та розробка рекомендацій на основі проведеного аналізу для підвищення рівня конкурентоспроможності.

Завдання дослідження :

1. Охарактеризувати поняття конкуренція та конкурентоспроможність в умовах сучасного виробництва та визначити рівні конкурентоспроможності, фактори впливу та можливі приховані резерви підприємства;

3. Охарактеризувати діяльність ТОВ «Паритет », як діяльність вже функціонуючого підприємства;

4. Підрахувати та проаналізувати основні техніко-економічні показники підприємства з виготовлення світлопрозорих конструкцій, визначити головні фактори, що визначають рівень конкурентоспроможності.

5. Порівнюючи з існуючими конкурентами та оцінити положення ТОВ «Паритет » на ринку методами бенчмаркінгу, інтегральних оцінок та методами переваг.

6. Виявити резерви і слабкі сторони підприємства та розробити рекомендації і шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності ТОВ «Паритет ».

Об'єктом випускної бакалаврської роботи є стан конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Паритет» в сучасних ринкових умовах.

Предметом дослідження є теоретичні та методичні основи формування конкурентоспроможності підприємства, напрями та шляхи підвищення його конкурентоспроможності.

Методи дослідження. При написанні дипломної роботи використовувались наступні методи дослідження: метод переваг, метод інтегральної оцінки та метод бенчмаркінгу.

Інформаційна база дослідження. При написанні даної наукової роботи були використані інтернет джерела, періодичні видання за тематикою роботи, законодавча база, статистична та бухгалтерська звітність ТОВ «Паритет».

Практичне значення отриманих результатів. Проведення аналізу рівня конкурентоспроможності та наведені дані після підрахунків можуть бути використані підприємством у своїй практичній діяльності задля вдосконалення виробничого процесу та підвищення рівня конкурентоспроможності в цілому .

$$F = 3965,8 * 0,012 = 47,59 \text{ тис. грн.}$$

– економія на умовно-постійних витратах відповідно складе:

$$E = 4560,7 - (3965,8 + 47,59) = 4560,7 - 4013,39 = 547,31 \text{ тис. грн.}$$

Висновок до розділу III.

Підсумовуючи все сказане вище у даному розділі варто підкреслити, що головною причиною такого вибору слугувало те, що ці 2 способи доповняють один одного. Тобто, якщо людина у пошуковій системі шукає фірму, яка займається встановленням вікон, то вибір свій вона зробить на користь одного із 10 запитів на першій сторінці пошуку, тобто сайту підприємства «Паритет». Оглянувши та ознайомившись з інформацією на ньому, людина може вийти звідти та продивляться інші варіанти. Проте, система SEO-оптимізації уже «запам'ятала» цього користувача та почне надсилати різноманітні оголошення, рекламу та листи акційного характеру на його пошту.

Пізніше, за допомогою уже SMM-технологій, будуть з'являться також сторінки підприємства у соціальних мережах, таким способом ще більше запам'ятовуючись потенційному покупцеві. У результаті такого рекламування існує висока вірогідність того, що даний споживач перейде на сайт підприємства «Паритет», оформить там онлайн-замовлення та з ним продовжать роботу вже кваліфіковані працівники відділу продажів. Так, великий приплив клієнтів спровокує збільшення частки продажів, це потягне за собою розвиток самого підприємства, а отже, і збільшення частки підприємства на ринку. Тому, впровадивши вищезазначені методи просування підприємства, ТОВ «Паритет» зможе продовжувати гідно конкурувати на ринку металопластикових конструкцій міста Одеси, а пізніше й всієї України.

ВИСНОВКИ.

В епоху гострого нарощування промислового потенціалу України та у умовах глобалізації економічних процесів вихід, укорінення та розширення місткості ринків збуту вітчизняної продукції, підвищення рівня конкурентоспроможності та зростання ефективності діяльності виробників, необхідно вирішити проблему оцінки та підвищення рівня конкурентоспроможності товаровиробників. У сучасних умовах функціонування вітчизняних підприємств на ринку цінова конкуренція замінилась нецінковою, тобто, конкуренцією технічного та якісного рівня продукції. У конкурентній боротьбі за кращі ринки збуту перемагає не той товаровиробник, який реалізує товар за низькими цінами, а той, який пропонує вищу якість, оскільки високоякісна продукція більш практична у використанні.

Перший розділ дипломної роботи присвячений теоретичним аспектам конкурентоспроможності, основним факторам, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, а також методи дослідження стану та якості конкурентоздатності підприємства.

Отже, під конкурентоспроможність розуміють суму споживчих ознак, що забезпечують підприємству здатність конкурувати з аналогічним товаром на певному ринку в конкретний проміжок часу. Тому, для того щоб забезпечити належну характеристику товару, як конкурентоспроможність необхідно:

- по-перше сама продукція, яка обов'язково забезпечує задоволеність певної потреби споживача;
- по-друге, ця продукція повинна мати певні якісні та цінові ознаки, що виділяють її серед більшості аналогічних;
- по-третє ринок повинен бути конкурентним, адже на ринку з монополією або навіть олігополією про конкурентоспроможність товару мова йти навіть не може.

У другому розділі розглянуто загальну характеристику підприємства, його фінансово-економічну діяльність та рівень конкурентоспроможності, проведено дослідження стану сучасного ринку металопастикових конструкцій та перспективи

його розвитку в сучасних ринкових умовах. Об'єктом дослідження в дипломній роботі виступає діяльність підприємства ТОВ «Паритет», що спеціалізується на реалізації віконної продукції та послуг з їх установки. На сьогоднішній день, ТОВ «Паритет» є лідером на ринку металопластикових, алюмінієвих та скляних конструкцій. Основна номенклатура, яка випускається на цей час: алюмінієві та металопластикові вікна, металопластикові, алюмінієві та скляні двері, вставки для дверей зі скла та дзеркал, двері для душі, металопластикові та алюмінієві системи в скління балконів і лоджій, безрамне заскління балконів та лоджій, металопластикові, алюмінієві та суцільноскляні перегородки, склопакети, світлопрозорі та навісні вентилявані фасади, вхідні групи із алюмінієвого та металопластикового профілю, суцільноскляні вхідні групи, тамбури із скла, розсувні системи, скляний купол, навіси, козирки і приямки, захисні конструкції, інтер'єрні рішення із скла і дзеркал, скляні меблі, декоративні елементи із скла та дзеркал, реклама, вивіски, сувенірна продукція, москітні сітки, ролети, сонцезахисні рулонні шпалери, підвіконня, відливи, козирки, скло на замовлення, фурнітура та комплектуючі вироби.

Оцінка конкурентоспроможності здійснена шляхом зіставлення параметрів аналізованої продукції з параметрами конкурентного аналога. Результат продемонстрував, що конкурентоспроможність підприємства за основними параметрами (якості, умовах постачання і популярності продукції серед споживачів) є середньою та не створює визначальної переваги перед безпосереднім конкурентом. Це дозволяє зробити висновок про необхідність створення та реалізації комплексу заходів спрямованих на підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Паритет» на вітчизняному та європейському ринках.

Опираючись на попередні дослідження та обрану стратегію підприємства, а саме сфокусованої диференціації, у третьому розділі дипломної роботи запропоновано шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства. Оскільки метою діяльності ТОВ «Паритет», як і будь якого підприємства, є максимальне задоволення потреб споживачів, а відповідно і збільшення прибутку,

то основна увага нововведень була націлена на збільшення пізнаваності підприємства на ринку. Для цього було запропоновано запровадити використання сучасних маркетингових технологій: SMM-технологій та SEO-оптимізації. В результаті розрахунків було визначено, що найшвидше окупним способом просування виявилось SEO-оптимізування. Шляхом простих підрахунків можна зрозуміти, що дані нововведення окупляться за 1 місяць використання. Це свідчить про правильно розроблену рекламну кампанію, котра буде приносити підприємству дохід та збільшить об'єм продажів. Також пошук нових більш економічних постачальників позитивно відобразиться на підвищенні рівня конкурентоспроможності аналізованого підприємства за рахунок зниження собівартості продукції та економії на доставці сировини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.

- 1.Фінасовий аналіз: Навч. Посіб. / Г.В. Митрофанов, Г.О. Кравченко, Н.С. Барабаш та ін.; За ред. Г.В. Митрофанова. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т,2002 301с.
- 2.Радулов В.В. Теоретичні підходи до дослідження проблеми класифікації факторів конкурентоспроможності підприємств . - 2015. - №13 (349). - С.15 - 22.
3. Філософова Т.Г., Биков В.А. Конкуренція. Інновації.
- 4.Ткаченко І. П. Фінансовий аналіз: консп. лекц.для студ. усіх форм навч. Кам'янське: ДДТУ, 2018. 223 с. URL:<http://www.dstu.dp.ua/Portal/Data/7/36/7-36-k192.pdf>
5. Ліщинська В. В. Стратегічний аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємств // Бізнес Інформ. – 2018. – №4. – С. 406–407.
6. Школьник І. О. Фінансовий аналіз.Київ: Центр учбової літератури, 2016. 368 с. URL:<http://cul.com.ua/preview/fash.pdf>
- 7.Бердар М.М. Фінанси підприємств: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури,2010. 352 с.

8. Конкуренентоспроможність. - М. : ЮНІТИ - ДАНА, 2015. - 295 с.
9. Лазаренко А.А. Методи оцінки конкурентоспроможності // Молодий
10. Мних Є. В. Фінансовий аналіз : підручник. Київ: КНТУ, 2014. 536 с.
11. Левіт Т. Інноваційний маркетинг : Нові перспективи отримання прибутку та
12. Зростання. Нью-Йорк / Т. Левітт // McGraw Hill. – 1962. – 253 р. вчений. - 2014. - №1. - С.374 - 377.
13. Чернелевский Л.М. Економічний аналіз на підприємствах промисловості і торгівлі: Підручник. – К., 2013. – 312 с.
14. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : Підручник / Шершньова З. Є. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2014. – 699 с.
15. Яцковий Д. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства / Д. Яцковий // Вісник соціально-економічних досліджень – 2013. – Вип. 4 (51). – С. 183–188.
16. Ахматова М. Попов Є. Теоретичні моделі конкурентоспроможності // Маркетинг. - 2013.- № 4. - С. 38
17. Пострелова А.В. Маркін М.С. оцінка конкурентоспроможності підприємства // Молодий вчений, - 2013. - №6. - С.398 - 402.
18. Савельєва, Н. А. Управління конкурентоспроможністю фірми: підручник - К.: Фенікс, 2016. - 384 с.
19. Борисенко З.М. Основи конкурентної політики: Підручник. - К.: Таксон, 2014. – 704 с.
20. Огляд ринку світлопрозорих конструкцій за 2018 рік.
URL: <https://okna.ua/ua/library/ohlyad-rynku-vikon-2018>

21. Рейтинг виробників вікон, постачальників за рік. URL: <https://okna.ua/ua/okna/optlastyear>
22. Ринок світлопрозорих конструкцій з ПВХ-профілю в Україні. Про ситуацію на ринку світлопрозорих конструкцій з ПВХ-профілю в Україні. URL: <http://yasno-group.com/ua/>
23. Річний огляд ринку СПК в Україні за 2018 рік від AXOR. URL: <https://okna.ua/ua/library/richnyu-ohlyad-rynku-spk-v-ukrayini-za>
24. ТОВ «Паритет» офіціальний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://paritetcompany.com/>.
25. Сервіс перевірки контрагентів. Повна досьє на компанію [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/24527686/
26. Стан ринку металопластикових вікон в Україні. URL: <https://fasadinfo.ua/>
27. Грінченко Р.В. Сучасні особливості інвестування в Україні / Р.В. Грінченко // Проблеми і перспективи розвитку фінансів, обліку і маркетингу в сучасному середовищі: матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції. – Київ: НУХТ.– 2012.– С. 219–220.
28. Єгупов Ю. А., Літвінова В.О. Оцінка порівняльної ефективності шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції (р. 2.5) / Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія / за заг. ред. О.Г.Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
29. Літвінова В. О. Порівняльний аналіз розрахункових методів визначення рівня конкурентоспроможності продукції // Вісник соціально-економічних досліджень: Зб. Наук. оц. – 2013. – Вип. 4 (51). – С. 81–87.