

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра Економіки підприємства та організації підприємницької діяльності
(найменування кафедри)

Допущено до захисту
Завідувач кафедри Семенова В.Г

(підпис)
“ ___ ” _____ 20__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 6.030504 «Економіка підприємства»
(шифр та найменування спеціальності)

на тему: **«Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства на прикладі ТОВ «Саратський завод продтоварів»»**

Виконавець:

студент факультету ФЕУП
Куманова Поліна Василівна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

д.е.н, доцент
(науковий ступінь, вчене звання)
Літвінов Олександр Сергійович _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1. Сутність і значення конкурентоспроможності підприємства	7
1.2. Фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства....	10
1.3. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємств.....	14
РОЗДІЛ 2 ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО ТА ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТОВ «САРАТСЬКИЙ ЗАВОД ПРОДТОВАРІВ»	24
2.1. Загальна характеристика ТОВ «Саратський завод продтоварів»	24
2.2. Галузевий та конкурентний аналіз ринку виробництва соків.....	27
2.3. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Саратський завод продтоварів»	33
2.4. Оцінка конкурентоспроможності ТОВ «Саратський завод продтоварів»	39
РОЗДІЛ 3 РЕАЛІЗАЦІЯ ЗАХОДІВ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «САРАТСЬКИЙ ЗАВОД ПРОДТОВАРІВ»	59
3.1. Основні напрямки підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Саратський завод продтоварів»	59
3.2. Розробка заходів для підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Саратський завод продтоварів» та оцінка їх ефективності	61
ВИСНОВКИ	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	80

ВСТУП

Актуальність проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємств зростає в результаті посилення конкуренції у більшості галузей економіки України, прискорення політичних і соціальних змін, інтеграції України в міжнародні організації та подальшого розвитку ринкової економіки. Підприємницька діяльність, як спосіб виробництва товарів та послуг для задоволення потреб споживачів, здійснюється у конкурентному ринковому середовищі, яке передбачає конкурентоспроможність суб'єкта господарювання. Конкурентоспроможність підприємства, з точки зору стратегії, є фактором життєздатності бізнесу, а для споживача – чинником якісного задоволення споживчих потреб, підвищення стандартів життя.

У сучасних умовах господарювання підприємства на ринку виробництва соків функціонують за умов жорсткої конкуренції серед вітчизняних та іноземних виробників за споживача, ресурси, ринки збуту тощо. Для стабільного довгострокового розвитку за умови динамічного зовнішнього середовища будь-яке підприємство має бути конкурентоспроможним та конкурентостійким. Рішення даної проблеми є можливим не тільки на підставі досвіду провідних країн світу, але і при усвідомленні українськими підприємствами маркетингу як філософії бізнесу.

За нинішніх умов функціонування підприємств на ринку підвищується рівень ризику діяльності та виникає додаткова необхідність у пристосуванні до мінливих ринкових умов. В даний час ринок перенасичений підприємствами, які створюють аналогічну продукцію, але виходять у лідери та виділяються з-поміж інших саме ті, які мають найвигідніші конкурентні переваги відносно інших підприємств. Тому дане дослідження стосовно шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства є досить актуальним.

Попит на ті чи інші товари багато в чому залежить не лише від конкурентоспроможності самої продукції та рівня її якості, але більшою мірою визначається конкурентоспроможністю підприємства-виробника цих товарів.

Чим вища конкурентоспроможність промислових підприємств, тим вище конкурентоспроможність галузі промисловості, країни, ефективність всієї діяльності і рівень добробуту населення. Отже, проблема забезпечення і підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах посилення конкуренції є однією з найбільш значимих та важливих в сучасній економіці.

Науковими дослідженнями за даною тематикою займалися багато видатних вітчизняних і зарубіжних вчених, а практичними аспектами пошуків шляхів підвищення конкурентоспроможності займаються не лише науковці, а й високопосадовці, керівники промислових підприємств. Зокрема цю проблематику досліджували: Піддубний І.О., Піддубна А.І. [1], Фатхутдінов Р.А. [2], Акімова І.М [3], Воронкова А.Е. [4], Шершньова З.Є. [5], Стівенсон В.[6], Градов А.П.[7], Булах І.В. [8], Круглов М.І., Янковий О.Г.[9], Л.М. Калашникова [10], М.І. Перцовський [11], Маренич А., Астахова І. [12], Душко А.П. [13], Шинкаренко В.Г., Бондаренко А.С. [14], Портер М. Е. [15], Брикаліна С.В., Літвінова В.О. [16], Радулов Д.Д. [17] та багато інших.

Метою роботи є дослідження та обґрунтування теоретичних аспектів щодо сутності поняття конкурентоспроможності, вивчення факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, що здійснюють вплив на конкурентоспроможність підприємства в умовах ринкового середовища; а також висвітлення проблем та шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах господарювання.

Згідно з метою дослідження було визначено такі **завдання**:

- визначити сутність та значення поняття конкурентоспроможності підприємства;
- проаналізувати фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства;
- вивчити методи оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- надати загальну характеристику підприємства, що досліджується;
- провести галузевий та конкурентний аналіз ринку виробництва соків;

- провести аналіз виробничо-господарської діяльності ТОВ «Саратський завод продтоварів»;
- оцінити конкурентоспроможність ТОВ «Саратський завод продтоварів»;
- розробити заходи для підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Саратський завод продтоварів» та оцінити їх ефективність.

Об'єктом дослідження є процеси обґрунтування підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Предметом дослідження є методи та заходи, які спрямовані на підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Методи дослідження. Для розв'язування поставлених завдань використано наступні методи наукового дослідження: теоретичний аналіз літературних джерел, синтез, порівняння, прогнозування, метод порівняльного аналізу для оцінки фінансово-господарської діяльності підприємства та визначення його місця на ринку, статистичні методи оцінки ризиків від впровадження розроблених заходів.

Інформаційну базу дослідження складають матеріали наукових конференцій, статистичні дані щодо розвитку галузі, кон'юнктурні дослідження галузі, аналітичні огляди стану ринку промисловості, статистичні та довідкові матеріали, матеріали наукових досліджень, представлених у вигляді статей та монографій, а також дані статистичної та бухгалтерської звітності ТОВ «Саратський завод продтоварів».

Практичне значення отриманих результатів полягає у тому, що теоретичні висновки та узагальнення, розроблені у роботі, можуть бути використані з метою підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Саратський завод продтоварів».

За результатами дослідження за темою кваліфікаційної роботи була опублікована стаття у Науковому віснику студентських статей ФЕУП з теми «Підвищення конкурентоспроможності потенціалу підприємства в сучасних ринкових умовах» (Випуск 32, 2019 рік).

Опубліковані тези на теми:

1. «Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства» (Збірник тез II Міжнародній науково-практичній конференції «Підприємництво і торгівля: тенденції розвитку», м.Одеса,2019 р.)

2. «Напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємств за рахунок маркетингового механізму» (Збірник тез III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції студентів та молодих вчених «Актуальні проблеми соціально-економічного розвитку: регіональні особливості та світові тенденції», м. Івано-Франківськ, 2019 р.).

Обсяг і структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (53 найменування). Загальний обсяг роботи становить 84 сторінки комп'ютерного тексту, містить 34 таблиці та 16 рисунків.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити наступні висновки щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств:

1. Визначено сутність поняття конкурентоспроможності підприємства. Аналіз досліджень показав, що на сьогоднішній день серед науковців є безліч думки стосовно розуміння та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства. Незважаючи на різні підходи і різні бачення визначення конкурентоспроможності підприємства, головним є те, що конкурентоспроможність – найважливіша ланка всієї системи ринкового господарювання. Конкурентоспроможність підприємства – це здатність ефективно використовувати власні і позикові ресурси на конкурентному ринку.

2. Досліджено, що існує багато факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємства. Вони є тісно взаємопов'язані одні з одними та чинять вплив на функціонування організації і успішність реалізації її продукції.

3. Проаналізовано та узагальнено існуючі методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності. На підставі їх критичного аналізу з'ясовано, що більшість з існуючих в економічній літературі та практиці методів оцінювання конкурентоспроможності не є універсальними. Внесено власні авторські корективи у формулу оцінювання коефіцієнту конкурентоспроможності підприємства. Було визначено, що вона є більш об'єктивною та враховує досить вагомий чинник – імідж підприємства.

4. Було охарактеризовано діяльність підприємства «Саратський завод продтоварів» та основні показники його діяльності. ТОВ «Саратський завод продтоварів» – українське підприємство-виробник натуральних соків, яке працює на ринку продуктів харчування більше 20 років і є офіційним представником торгової марки Квант. Продукція, що випускається, повністю відповідає міжнародній системі стандартів якості, не містить жодних

барвників та консервантів, оскільки значна частина її експортується за кордон.

5. Для аналізу оцінки конкурентоспроможності використано метод ефективної конкуренції, метод експертних оцінок, багатокутник конкурентоспроможності та SWOT-аналіз. Результати аналізу показали, що ТОВ «Саратський завод продтоварів» займає найнижчі конкурентні позиції серед порівнюваних підприємств через низьку ефективність збутової і виробничої діяльності підприємства, а також нижчі конкурентоспроможність товару (за ціновим показником) та імідж підприємства, ніж у конкурентів. Однак показник фінансового стану підприємства є задовільним.

6. Визначили шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства та запропонували впровадження заходів, а саме: удосконалення рекламної підтримки, впровадження нової вакуумно-випраної системи та CRM-системи на підприємстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Піддубний І.О., Піддубна А.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: навчальний посібник / за ред. проф. І.О. Піддубного. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2004. – 264 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Фатхутдинов Р.А. – М.: Издательско- книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.
3. Акимова И.М. Промышленный маркетинг: [Текст] монография / И.М. Акимова. – 2-е изд., стер. – К.: Знання, 2001. – 294 с.
4. Воронкова А.Е. Диагностика stanu підприємства: теорія і практика: [Текст] монографія / А.Е. Воронкова [та ін.]. – Харків: ІНЖЕК, 2006. – 448 с.
5. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2004. — 699 с.
6. Стивенсон В.Дж. Управление производством / В.Дж. Стивенсон: [пер. с англ. под общ. ред. Ю. В. Шленова]. – М.: ООО «Издательство «Лаборатория Базовых Знаний», ЗАО «Издательство БИНОМ», 1998. – 928 с.
7. Экономическая стратегия фирмы : [учеб. пособие ; под ред. А. П. Градова]. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб. : Спец. литература, 1999. – 589 с.
8. Булах І.В. Математична модель оцінки стратегічної конкурентоспроможності підприємства / І.В. Булах // Вісник Нац. ун-ту водного господар. та природокорист.: збір. наук. праць. – Рівне: Видавничий центр НУВГП, 2007. – Вип. 3 (39). – С. 24-31.
9. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового]. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.
10. Калашникова Л.М. Конкурентоспособность предприятия и их продукции / Л.М. Калашникова // Машиностроитель. – 2003. – № 11. – С. 15-18.

11. Перцовский Н.И. Международный маркетинг: учеб. пособие / И.А. Спиридонов, С.В. Барсукова; под ред. Н.И. Перцовского. – М. : Высшая школа, 2001. – 239 с.
12. Маренич А. Управление конкурентоспособностью предприятия / А. Маренич, И. Астахова // Бизнес-Информ. – 1996. – № 5 – С. 23-27.
13. Душко А.П. Обеспечение конкурентоспособности ремонтно-строительных предприятий в условиях жилищно-коммунальной реформы: дис. канд. экон. наук / А.П. Душко. – СПб.:, 1998. – 221 с.
14. Шинкаренко В.Г., Бондаренко А.С. Управление конкурентоспособностью предприятия: монографія. / В.Г. Шинкаренко, А.С. Бондаренко. – Харьков: Изд-во ХНАДУ, 2003. – 186 с.
15. Портер М. Е. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М. Е. Портер ; [пер. з англ. А. Олійника, Р. Скальського]. – К. : Основи, 1998. – 390 с.
16. Літвінова В. О. Порівняльний аналіз розрахункових методів визначення рівня конкурентоспроможності підприємства // Вісник соціально-економічних досліджень: Зб. Наук. пр. – 2013. – Вип. 4 (51). – С. 81–87.
17. Літвінов О. С. Вплив органів державної влади на діяльність промислових підприємств як один із зовнішніх факторів їх конкурентоспроможності / О. С. Літвінов, Д. Д. Радулов // Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2013. – С. 250-269. Офіційна веб-сторінка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2514>
18. Етимологічний словник української мови (у 7 томах) [Текст] / Під ред. О. С. Мельничука, В. Т. Коломійця, О.Б. Ткаченко; – Т. 2. – К.: «Наукова думка», 1985. – 570 с.
19. Войчак А. В., Камишніков Р. В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація// Маркетинг в Україні. – 2005. – №2 (30). – С. 50–53.

20. Сусіденко Ю. В., Вознюк М. А. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. – 2012. Режим доступу: <http://intkonf.org/susidenko-yu-v-voznjuk-m-akonkurentospromozhnist-pidpriemstva-ta-faktori-scho-na-ney-vplivayut>
21. Антонов Р. Д. Управління конкурентоспроможністю організації - М: ІНФРА-М, 2013.-298 с.
22. Москальчук С. С. Управління конкурентоспроможністю підприємства в сучасних економічних умовах: монографія / С. С. Москальчук. - Саратов : КУБиК, 2015. - 238 с.
23. Молла М. Г. Організаційно-економічні складові забезпечення конкурентоспроможності підприємств : дисертація на здобуття наукового ступеня к.е.н. за спец. 08.00.04. / М. Г. Молла. – ОНЕУ, Одеса – 2014. – 247 с.
24. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: [учеб.] / Р.А. Фатхутдинов. – М: Эксмо, 2005. – 544с.
25. Должанський І. З., Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2006. 384 с.
26. Левицька А. О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації. Механізм регулювання економіки. 2013. № 4. С.155–163.
27. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика : моногр. Тернопіль : Економічна думка, 2008. 570 с.
28. Шарко В.В. Конкурентоспроможність підприємства: методи оцінки, стратегії підвищення. Науковий вісник Мукачівського державного університету, 2015 – с. 120-126 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.msu.edu.ua/visn/wp-content/uploads/2015/12/2-4-2-2015-22.pdf>
29. Транченко О.М. Конкурентоспроможність суб'єктів підприємницької діяльності: сутність, методи та критерії оцінки

[Електронний ресурс] / О. М. Транченко // Облік і фінанси. - 2013. - № 3. - С. 143-148. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2013_3_22

30. Максимова И. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия // Маркетинг. - 1996. - №3. - с. 51-56.

31. You Control [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/00379293/

32. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

33. Дроздова В. А. Перспективи сокового ринку: причини та наслідки [Електронний ресурс] / В. А. Дроздова, Л. В. Кормич // Приазовський економічний вісник. Випуск 6(11). – 2018. – Режим доступу до ресурсу: http://rev.kpu.zp.ua/journals/2018/6_11_uk/31.pdf

34. Державна фіскальна служба України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://sfs.gov.ua/>

35. Фінансова звітність АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://smida.gov.ua/db/participant/05529030>

36. Фінансова звітність ПАТ «Ерлан» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://smida.gov.ua/db/participant/24616119>

37. Огляд українського ринку соків та соковмісних напоїв [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://trademaster.ua/articles/312883>

38. Корпоративний імідж [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:

https://pidruchniki.com/2015082666363/menedzhment/korporativniy_imidzh

39. Аналіз популярності запитів у пошуковій системі Google [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://trends.google.ru/trends/explore>

40. Мартиненко М. М. Стратегічний менеджмент [Текст]: підручник / М. М. Мартиненко, І. А. Ігнат'єва. – К.: Каравела, 2006.
41. Сутність і значення SWOT-аналізу [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://pidruchniki.com/1511551903/marketing/swotanaliz>
42. Стратегічний маркетинг як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.zn.kiev.ua>
43. Рекламний холдинг Slon [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.holdingslon.com/>
44. Контекстна реклама. SEO-словник. iGroup Україна. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://igroup.com.ua/seo-articles/kontekstna-reklama/>
45. Основні засоби: визнання та класифікація [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://interbuh.com.ua/ru/documents/oneanalytics/596>
46. E-consulting. Інтеграція CRM-систем. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://crm.ua>
47. Грінченко Р.В. Аналіз компонент середовища функціонування підприємства // Науковий вісник МГУ. Серія: Економіка і менеджмент. – Одеса. – 2017. – Випуск 27. – Частина 2. – С. 9-12.
48. Кошельок Г.В. Основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства // Кошельок Г.В., Малишко В.С. // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: матеріали п'ятої Міжнар. наук.-практ. конф. 22-23 вересня 2017 р. – Одеса, Атлант, 2017. – С. 34-36.
49. 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.

50. Літвінов О.С. Визначення сутності та складових організаційно-економічного механізму управління підприємством в умовах інноваційного розвитку / О.С. Літвінов, С.М. Капталан // Управління розвитком. - 2016. - № 3 (185). - с. 59-65. Режим доступу: https://scholar.google.com.ua/citations?user=7ZUxicEAAAAJ&hl=uk&oi=ao#d=g_s_md_cita-d&p=&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Duk%26user%3D7ZUxicEAAAAJ%26citation_for_view%3D7ZUxicEAAAAJ%3ARGFaLdJalmkC%26tzom%3D-180

51. Пудичева Г.О., Цуркан С.М., Малишко В.С. // Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств : монографія. [За заг. ред. проф. О.Г. Янкового]. – Одеса, Атлант, 2017. – С. 191-198.

52. Янковий О.Г. Маркетинговий інструментарій статистичної оцінки конкурентоспроможності підприємств //Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 4 (14). – С. 63-72. [Електронний ресурс]– Режим доступу : <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n1.html>

53. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрямки підвищення : моногр. / В. Г. Семенова, М. В. Обертайло [та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. Г. Янкового. – О. : Атлант, 2013. – 470 с.