

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

(підпис)

20 листопада 2020 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

за магістерською програмою професійного спрямування

«Економіка, планування та управління бізнесом»

на тему:

«Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства (на прикладі дистриб'юторської компанії)»

Виконавець:

Студентки ФЕУП

Хозієв Лоліта

підпис

Науковий керівник:

к.е.н., старший викладач

Однолько Вікторія Олександрівна

підпис

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	6
1.1 Конкурентоспроможна сутність, поняття та види	6
1.2 Підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства.....	13
1.3. Особливості діяльності дистриб'юторського підприємства.....	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «БЛЕЙД» ТА ОЦІНКА ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....	23
2.1. Загальна характеристика конкурентних переваг ТОВ «Блейд».....	23
2.2. Діагностика зовнішнього середовища підприємства та галузі побутової хімії.....	30
2.3. Оцінка конкурентоспроможності ТОВ «Блейд».....	35
РОЗДІЛ 3. ЗАХОДИ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «БЛЕЙД» ТА ЇХ ОЦІНКА.....	41
3.1. Сутність пропонованого проекту висновки	41
3.2. Економічне обґрунтування плану заходів щодо формування стратегії розвитку ТОВ «Блейд»	53
3.3. Прогнозні тенденції розвитку ТОВ «Блейд» після запровадження стратегічних заходів.....	65
ВИСНОВКИ.....	67
Список використаних джерел	71
Додатки	75

ВСТУП

Актуальність теми. Ринкова система вимагає від підприємств постійного підвищення рівня своєї конкурентоспроможності. Конкурентні переваги організації закладаються ще на стадії постановки цілей і розробки стратегії. Якщо ще недавно діяльність більшості підприємств була спрямована на завоювання частки ринку, то сьогодні провідні компанії зміщують акценти в стратегії свого розвитку на збільшення числа постійних клієнтів. Більш того, протягом останніх двадцяти років спостерігався процес важливих зрушень в економіці і відповідних змін по суті конкурентної позиції.

Навряд чи процес формування і реалізації стратегії зміцнення конкурентної позиції будь-коли мав таке вирішальне значення, яке він має зараз, коли зростання компаній у всьому світі сповільнилося, а поведінка конкурентів на ринку говорить про те, що динаміка конкуренції стала набагато багатшою.

Саме в ході конкуренції стає ясно, наскільки нововведення компанії, вироблення загальної корпоративної культури або реалізація обраної стратегії сприяють її ефективності.

Стратегія конкурентної боротьби і зміцнення конкурентних позицій спрямована на те, щоб домогтися стійкої і вигідної позиції, що дозволяє компанії протистояти натиску тих сил, які визначають конкурентну боротьбу в галузі.

Зацікавленість підприємств у результатах своєї діяльності посилює необхідність підвищення конкурентоспроможності продукції, що випускається, що вимагає вдосконалення роботи всіх служб і підрозділів господарюючого суб'єкта. Конкурентоспроможність виступає найважливішим фактором забезпечення безпеки об'єкта, тобто його виживання в «суворих умовах дійсності» і його подальшого ефективного розвитку.

З точки зору ступеня розробки досліджуваної проблеми, найбільший інтерес, представляють роботи таких російських і зарубіжних авторів як: Сментина, Н.В., Клевцевич Н.А., Балджи М.Д., Однолько В.О., Багиев Г.Л., Аленков І.А., Боумен К., Вачугов Д.Д., Веснін В.Р. Герчикова І.М., Гомзяков К.В. Бара Д.В., Долгов А.І., Зайцев Н. Л., Кротков А.М., Єленєва Ю.Я., Лифиц І., Мансуров Р.Е., Мескон М.Х., Мескон М. Потрубач М.М. Раздорожний А. А. Родіонова Л.Н. Рубін Ю.Б., Сабєцкая Г., Савичев А., Семенов А.К., Фасхїєв Х.А., Попова Е.В., Фатхутдінов Р.А., Цєлікова Л.В., Шпалтаков В.П., Барановський О.І. інші.

Надзвичайна актуальність і особлива значущість проблеми, яка досліджується, відсутність системних розробок щодо її рішення стосовно підприємств, що надають послуги обумовили вибір теми роботи, її мету і задачі.

Мета кваліфікаційної роботи складається у визначенні шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства та їх економічне обґрунтування.

Відповідно до мети у кваліфікаційної роботі були **такі завдання:**

- розробити рекомендації щодо вдосконалення економічної діяльності ТОВ «Блейд» шляхом вдосконалення конкурентоспроможності підприємства.
- розкрити теоретичні основи конкурентоспроможності підприємства.
- проаналізувати діяльність ТОВ «Блейд» та оцінити його конкурентоспроможність.
- розробити заходи щодо підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Блейд» і провести їх оцінку.

Об'єкт дослідження є методи та заходи, що спрямовані на збільшення конкурентоспроможності підприємства.

Об'єктом дослідження виступають процеси обґрунтування напрямів підвищення конкурентоспроможності, на прикладі ТОВ «Блейд»

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань у кваліфікаційній роботі використовувались наступні методи: метод аналізу для оцінки фінансово – господарської діяльності ТОВ «Блейд» та визначення його місця на ринку, сукупність принципів, загальнонаукових і спеціальних методів та прийомів досліджень, використання яких зумовлено метою та завданнями. Основою дослідження є базові принципи, наукові положення та сучасні здобутки в даному розділі науки. Використано методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Для виявлення резервів підвищення прибутку підприємства використовувався факторний аналіз.

Розрахунки за проектом виведення неактуального асортименту і надання додаткових послуг провадились з використанням програмних продуктів «Excel».

Інформаційну базу дослідження складають закони України та інші нормативно-правові акти, статистичні дані щодо розвитку галузі, отримані результати дослідження можуть бути впроваджені на підприємствах такого ж або схожого з ТОВ «Блейд» напряму господарської діяльності.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (52 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 82 сторінок. Основний зміст викладено на 70 сторінках. Робота містить 25 таблиця, 7 рисунків.

Публікації та апробація результатів дослідження: За результатами виконання кваліфікаційної роботи підготовлено публікацію «Способи підвищення конкурентоспроможності підприємств» опубліковану на IV Всеукраїнській студентській науково-практичній інтернет-конференції «Перспективи розвитку управлінських систем у соціальній та економічній сферах України: теорія і практика».

ВИСНОВКИ

У роботі були досліджені теоретичні, методичні та прикладні аспекти економічного обґрунтування шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства (на прикладі дистриб'юторської компанії), основні результати дослідження такі:

1) Визначено, що конкурентоспроможність продукції представляє собою ступінь відповідності техніко функціональних, економічних, організаційних та інших характеристик товарів, що випускаються вимогам споживачів в порівнянні з аналогічними показниками продукції конкурентів.

Вона визначає частку ринку, що належить даному об'єкту, і перешкоджає перерозподілу цього ринку на користь інших об'єктів.

2) Досліджено, підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства.

Існують такі підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства:

- системний підхід,
- інноваційний підхід,
- інтеграційний підхід,
- стандартизаційний підхід,
- маркетинговий підхід,
- функціональний підхід,
- процесний підхід,
- структурний підхід,
- ситуаційний (варіантний)
- підхід, нормативний підхід,
- директивний (адміністративний) підхід,
- діловий підхід.

3) Визначено що дистриб'юція є однією з найважливіших галузей господарської діяльності, яка полягає в реалізації товарів конкретно населенню для індивідуального споживання.

Дистриб'ютор реалізує всі дії, фактичні і юридичні, з купівлі-продажу, товарів від свого імені і за свій рахунок.

4) Для розробки практичних пропозицій шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства обрано підприємство, основним напрямом діяльності якого є дистриб'юція товарів побутової хімії, з метою підвищення ефективності розподілу складського приміщення для надання додаткових послуг іншим фірмам.

5) В ході аналізу з'ясовано, що перевагами ТОВ «Блейд» є позиція визнаного лідера ринку з потужною клієнтською базою, компанія володіє потужною активної клієнтською базою в домашньому регіоні (понад 800 торгових точок).

Хороша репутація компанії більше 10 років, високий ступінь довіри.

Превосходство над конкурентами за обсягом інтелектуального капіталу.

Високий рівень підготовки як в сегменті топ-менеджерів, так і менеджерів середньої ланки.

Середній досвід роботи в компанії більше 5 років. У пакеті компанії найвідоміші бренди побутової хімії, як вітчизняного, так і зарубіжного.

А також компанія має ексклюзиви в багатьох категоріях. Високий рівень обслуговування покупців.

Логістика компанії дозволяє ефективно і оперативно обслуговувати клієнтів протягом 12-24 годин, в той час як конкуренти 24-48 часів.

6) Враховуючи перспективи розвитку економіки України та позитивні тенденції на ринку дистриб'юції товарів побутової хімії, які спостерігаються останнім часом, а також плани по удосконаленню діяльності дистриб'юторської компанії, можна стверджувати, що в майбутньому очікуються сприятливі умови для розширення діяльності ТОВ «Блейд».

7) В результаті комплексного аналізу, який зазначений в другому аналітичному розділі роботи, було поставлено завдання розробки заходів для шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства (на прикладі дистриб'юторської компанії).

Першим шляхом підвищення конкурентоспроможності було вирішено звільнити складське приміщення від неактуальних і нерентабельних брендів.

Також було запропоновано надати свої складські та логістичні послуги іншій компанії.

8) Для реалізації надання своїх транспортних послуг пропонувалась закупівля нових вантажних автомобілів, які по технічним характеристикам значно випереджають базову модель вантажних автомобілів підприємства.

Були проведені розрахунки по фінансуванню проекту, яке планується за рахунок позикових коштів, залучених на 3 роки у АТ КБ «ПриватБанк» в сумі 3 000 тис. грн. під 19% річних, і власних коштів компанії в сумі 900 тис. грн.

Співвідношення власних і позикових коштів: 23% -власні кошти, 77% - позикові кошти.

9) Щодо другого заходу, відповідно до проведеного ABC і XYZ аналізу планується звільнити приміщення складу від 13 нерентабельних брендів.

В результаті впровадження заходів складське приміщення звільниться на 30%.

10) Після впровадження запропонованих заходів було виявлено, що автопарк вантажних автомобілів збільшиться на три машини.

Буде збільшено кількість співробітників на 7 осіб.

Також від надання запропонованих послуг планується прибуток в розмірі 216 985 грн. у місяць.

Отже у рік планується виручка в розмірі 2 603 820 грн.

Проаналізувавши економічні та логістичні показники до та після впровадження запропонованих заходів, було з'ясовано, що отримані

результати свідчать про ефективність шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Список використаних джерел

1. Балджи М. Д. І. А. Допіра, В. О. Однолько. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник Київ: Кондор, 2017. 368 с.
2. Большаков А. С. Менеджмент: учебное пособие А. С. Большаков. СПб.: «Издательство Питер», 2012. 160 с
3. Боумэн К. Основы стратегического менеджмента: учебное пособие М: ЮНИТИ, 2012. 175 с.000
4. Вачугов Д. Д., Вачугов Д. Д., Т. Е. Беризкина. Основы менеджмента: учебник для вузов М.: Высшая школа, 2011. 376 с.
5. Веснин В. Р.. Основы менеджмента. М.: Т.Д. «Элит 2000», 2012. 440 с.
6. Виханский О. С., Наумов А.Н. Менеджмент: учебник О.С. Виханский, М.: Экономистъ, 2013. 670 с.
7. Веселов Андрей, Горбачев Максим Организация работы отдела продаж. Системный подход; Феникс М., 2014. 176 с.
8. Воронина Э. М . Менеджмент предприятия и организации: учебное пособие. М: ММИЭ, 2011. 181 с.
9. Гапоненко А. Л. А. П. Панкрухин. Общий и специальный менеджмент: учебник,. М.: Издво РАГС, 2013. 568 с.
10. Гелета И. В. Экономика организации (предприятия): учебное пособие. М.: Магистр, 2014. 303 с.
11. Гранаткина Н. В. Товароведение и организация торговли продовольственными товарами. Учебное пособие. М.: Academia, 2014. 256 с.
12. Гомзяков К. В. Конкурентоспособность продукции, Д.В.Бара Промышленность России. 2013. №4. 41 с.
13. Гражданкина Е. Ю. Экономика, организация и управление предприятием: учебное пособие для вузов. М.: ИнфраМ, 2012. 455 с.
14. Грибов В. Д., В. П. Грузинов, В. А. Кузьменко. Экономика организации (предприятия): учебник для вузов. М.: КноРус, 2014. 416с.

15. Долгов А. И. Теория организации: учебное пособие. М.: ООО «Флинта», 2013. 224 с.
16. Зайцев Н. Л. Экономика, организация и управление предприятием: учебник для вузов. М.: ИНФРАМ, 2014. 454 с.
17. Кретов И. И., К. В. Садченко Логистика во внешнеторговой деятельности. М.: Дело и сервис, 2011. 272 с.
18. Лифиц И. О критериях конкурентоспособности товаров и услуг Маркетинг. 2014. №3(88). С.2529.
19. Лопарева А. М. Экономика организации (предприятия): учебное пособие. М.: Финансы и статистика, 2013. 240 с.
20. Малиновская О. В., А. В. Бровкина. М. Финансы: учебное пособие, И. П. Скобелева,; ИнфраМ, 2012. 320 с.
21. Мансуров Р. Е. Об экономической сущности понятий «конкурентоспособность предприятия» и «управление конкурентоспособностью предприятия» Маркетинг в России и за рубежом. 2011. №2 (52). С. 94 102.
22. Мескон М.Х. Основы маркетинг: учебник М.Х.Мескон. М.: Дело. 2011. 302 с.
23. Мескон М., М. Альберт, Ф. Хедоури, Основы менеджмента: учебное пособие. М.: Издательство «Дело» 2013. 493 с.
24. Миляков Н. В. Финансы: учебник. М.: ИНФРАМ, 2013. 543 с.
25. Мокий М. С. Экономика организации (предприятия): учебное пособие для вузов. М.: Экзамен, 2014. 254 с.
26. Найденова Р. Финансовый менеджмент: учебное пособие. М.: Кнорус, 2014. 208 с.
27. Осташков А. В. Финансовый менеджмент: учебное пособие. Пенза: ИНФРАМ, 2012. 125 с.
28. Панов А. И. Стратегический менеджмент: учебное пособие для вузов. М.: ЮНИТИДАНА, 2014. 285 с.

29. Петров А. Н. Стратегический менеджмент: учебник для вузов. СПб.: Питер, 2013. 496 с.
30. Подольский В. И. Аудит: учебник. М.: «Академия», 2013. 288 с.
31. Поляк Г. Б. Финансы: учебник Г.Б.Поляк. М.: Юнити Дана, 2013. 703 с.
32. Попова Р. Г., И. Н. Симонова, И. И. Добросердова. Финансы предприятий: учебное пособие. СПб.: Питер, 2011. 208 с.
33. Поршнева А. Г. Финансовый менеджмент: учебник А.Г. Поршнева, З.П. Румянцева. М.: ИНФРАМ, 2012. 669 с.
34. Потрубач Н. Н., Максutow Р. К., Орлова Т.А. Конкурентоспособность как фактор экономической безопасности Социальногуманитарные знания. 2011. №3. 64с.
35. Раздорожный А. А. Организация производства и управление предприятием: учебник для вузов А.А. Раздорожный. М.: ЭКЗАМЕН, 2014. 877 с.
36. Родионова Л. Н., О. Г. Хакимова Оценка конкурентоспособности продукции, Маркетинг в России и зарубежом. 2012. №1 С. 3642
37. Родионова В.Н. Стратегический менеджмент: учебное пособие. М.:Издво РИОР, 2014. 81 с.
38. Романов А.П. Стратегический менеджмент: учебное пособие, И.А.Жариков. Тамбов: ТРТУ, 2013. 80 с.
39. Ромашова И.Б. Финансовый менеджмент: учебное пособие И.Б.Ромашова. М.: Кнорус, 2014. 336 с.
40. Рубин Ю.Б. Конкуренция: реалии и перспективы Ю.Б.Рубин. М.: Знание. 2011. 160 с.
41. Сабецкая Г. Рыночная модель конкурентоспособности продукции Г.Сабецкая Маркетинг. 2012. №1. С. 6166
42. Савичев А. Развитие конкуренции на рынке товаров и услуг в сфере малого предпринимательства Маркетинг. 2011. №5 24с.

43. Сментина Н. В., Клевцевич Н. А. Управління інфраструктурними проектами: навчальний посібник. Одеса: ОНЕУ, 2016. 193 с.
44. Фасхиев Х. А., Попова Е. В. Как измерить конкурентоспособность предприятия, Маркетинг в России и за рубежом. 2013. №4(36). С.5458.
45. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление М.: ИНФРА, 2011. 246 с.
46. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: учебник. М.: Дело, 2013. 448 с.
47. Целикова, Л. В. Конкурентоспособность субъекта рынка и механизм её оценки Л. В. Целикова Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2011. №2. 505с.
48. Чечевицына Л. Н. Экономика фирмы: учебное пособие для студентов вузов Ростов: Феникс, 2013. 400 с.
49. Шпалтаков В. П. Фирма и её конкурентоспособность В. П. Шпалтаков. Омск. 2011. 20 с.
50. Міжнародна Маркетингова Група Україна. Аналітика Pro-Consulting. [URL:https://www.marketing-ua.com/article/obzor-rynka-bytovoju-himii-v-ukrajine](https://www.marketing-ua.com/article/obzor-rynka-bytovoju-himii-v-ukrajine)
51. Delo.ua. Аналіз ринку дистриб'юторів побутової хімії. [URL:https://delo.ua/business/byt-ili-ne-byt-ukraincy-ne-hotjat-pokupat-bytovuju-himiju-made-i-325096](https://delo.ua/business/byt-ili-ne-byt-ukraincy-ne-hotjat-pokupat-bytovuju-himiju-made-i-325096)