

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра Економіки підприємства та організації підприємницької діяльності
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
(шифр та найменування спеціальності)

за магістерською програмою професійного спрямування
«Економіка та стратегія розвитку підприємства»
(назва магістерської програми)

на тему: «Формування елементів стратегії підвищення
конкурентоспроможності підприємства»
(назва теми)

Виконавець:

студент факультету економіки та управління
підприємництвом

Балахніна А.О. _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

к.е.н, доцент
(науковий ступінь, вчене звання)

Грінченко Р.В. _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми визначається необхідністю вивчення господарської діяльності підприємств з метою виявлення найбільш економічно ефективних і прогресивних стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємств та її вплив на кінцеві результати діяльності організації в сучасних умовах.

Мета дослідження кваліфікаційної роботи магістра полягає в обґрунтуванні теоретичних аспектів та розробці практичних рекомендацій щодо формування елементів стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Завдання дослідження:

- дослідити теоретичні аспекти поняття «стратегія» та «стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства»;
- проаналізувати та класифікувати стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- визначити та систематизувати методи оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- виявити етапи формування елементів стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- охарактеризувати діяльність ТОВ «Телекарт-Прилад»;
- проаналізувати зовнішнє середовище функціонування підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад»
- розрахувати основні техніко-економічні показники ТОВ «Телекарт-Прилад»;
- здійснити аналіз показників конкурентоспроможності підприємства;
- сформувати елементи стратегії конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад».

Об'єкт дослідження кваліфікаційної роботи є процеси формування елементів стратегії підвищення конкурентоспроможності на основі якої здійснюється практична діяльність ТОВ «Телекарт- Прилад».

Предмет дослідження є теоретичні та практичні аспекти формування елементів стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад».

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань у роботі використовувалися загальнонаукові і спеціальні методи пізнання: теоретичний аналіз літературних джерел, аналіз та синтез, порівняння, систематизація, прогнозування, графічний метод, табличний метод, метод експертних оцінок, методи економічного та статистичного аналізу, економіко-математичне моделювання, тощо. Для виконання розрахунків використано інструментарій Microsoft Excel та STATISTICA.

Інформаційна база дослідження у роботі використовувалися матеріали наукових конференцій, аналітичні огляди стану ринку промисловості, статистичні та довідкові матеріали, законодавча база України, спеціальна

література, ресурси мережі інтернет, дані статистичної звітності Державної служби статистики України, а також фактичні дані обліку та звітності підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад», публікації періодичної преси, матеріали наукових досліджень, представлених у вигляді статей та монографій.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (52 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 105 сторінок. Основний зміст викладено на 97 сторінках. Робота містить 30 таблиць, 21 рисуноків.

Публікації. За результатами дослідження по темі кваліфікаційної роботи були опубліковані статті у Науковому віснику студентських статей ФЕУП з тем:

1. «Теоретичні засади конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах». Випуск 27. 2017 рік.

2. «Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства». Випуск 29. 2018 рік.

3. «Теоретичні засади вибору стратегії конкурентоспроможності підприємства у сучасних умовах». Випуск 31. 2019 рік.

4. «Аналіз та класифікація конкурентних стратегій». Випуск 32. 2020 рік.

5. «Фактори, що впливають на формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства». Випуск 33. 2020 рік

Публікація тез у II Міжнародній науково-практичній конференції «Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємства» з теми: «Формування стратегії конкурентоспроможності промислових підприємств у сучасних умовах». 2019 рік. С. 27-29.

Публікація тез у конференції «Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток» з теми: «Кореляційно-регресійний аналіз як спосіб прогнозування економічного розвитку підприємства». 2020 рік. С.134-139

Публікація тез у конференції у IX Міжнародної науково-практичної конференції «Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики» на тему: «Роль стратегічного планування в підвищенні конкурентоспроможності промислових підприємств». 2020 рік. С.17-19

Участь у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей «Підприємництво», 10 квітня 2018/2019 н.р., Державний університет «Житомирська політехніка», м. Житомир.

Переможець Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт у 2019/2020 н.р. зі спеціалізації «Економіка підприємства», 2-3 квітня 2020 року, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м.Київ.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні засади вибору стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства» розглянуто сутність поняття «стратегія» та «стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства», проаналізовано та складено класифікацію стратегій

підвищення конкурентоспроможності підприємства, приділено увагу етапам формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства.

У другому розділі «Аналіз стратегії підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад» проаналізовано основні техніко-економічні показники діяльності підприємства, надано характеристику господарської діяльності та приділено увагу аналізу показників конкурентоспроможності підприємства.

У третьому розділі «Формування елементів стратегії підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Телекарт-Прилад» запропоновано формування елементів стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад» за напрямком зростання ефективності та прибутку на підприємстві в розрізі впровадження маркетингових заходів та диверсифікації та продажу нового товару на новому ринку.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Визначено, що головною умовою підвищення конкурентоспроможності підприємства є формування стратегії його розвитку. Однією з ключових складових стратегічного управління є стратегія. Конкретного визначення терміна «стратегія» не існує, так як аналіз літератури зі стратегічного управління показує, що думки авторів до розуміння «стратегії» є неоднозначними. Незважаючи на різні підходи і різні бачення визначення стратегії, головним є те, що стратегія – це завжди орієнтація компанії на перспективу, досягнення головних цілей розвитку і заходи щодо їх реалізації.

Узагальнюючи наведені визначення, можемо зробити висновок, що стратегія – це упорядкована в часі система пріоритетних напрямків діяльності підприємства, головною метою якої є економічно ефективно вирішення поставлених завдань і підтримка конкурентних переваг. Визначення поняття стратегії конкурентоспроможності об'єднує одна спільна мета — оптимізація діяльності підприємств стосовно інших на ринку. Та на даний час досягти цього стає усе важче, оскільки конкуренція на ринках продовжує посилюватись.

Отже, стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства - це прагнення підприємства зайняти конкурентну ринкову позицію в галузі. Стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства спрямована на те, щоб домогтися стійкої і вигідної позиції, що дозволяє підприємству протистояти натиску тих сил, які визначають конкурентну боротьбу в галузі.

2. Досліджено, що досягти стабільного успіху можуть тільки ті підприємства, які використовують ефективні стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. Успішна стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства - це тривала вигода застосування деякої унікальної, що створює споживчу цінність, заснованої на унікальній комбінації внутрішніх ресурсів і здібностей, які не можуть бути скопійовані своїми конкурентами.

В результаті аналізу та класифікації стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємства, незважаючи на їх відносну «давність», вони залишаються актуальними й у період швидких економічних змін та глобальних перетворень. Головний критерій вибору стратегії - адаптація своїх можливостей до конкретних умов ринку. І в цьому сенсі базові стратегії конкуренції є принциповою, загальноекономічною основою, на якій будуються практичні дії конкурентів. Своєчасно створена і застосована стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства є ефективним інструментом розвитку і господарської діяльності будь-якого підприємства.

3. Проаналізовані та узагальнені основні етапи формування елементів стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. Стратегія підвищення конкурентоспроможності є хорошим інструментом в руках керівництва, оскільки дозволяє вирішити цілий ряд завдань і проблем, з якими стикається підприємство. По-перше, отриманий в ході формування стратегії аналітичний матеріал дозволить керівництву побачити ситуацію на ринку, становище підприємства на ньому. По-друге, аналізуючи діяльність підприємства в минулих періодах, підприємство може постійно покращувати і розширювати свою сферу діяльності, адекватно реагувати на ринкові зміни, зміцнювати свої ринкові позиції і завойовувати нові ринки збуту.

4. Проведено аналіз діяльності підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад». ТОВ «Телекарт-Прилад» є однією з провідних компаній України у сфері приладобудування. Сьогодні підприємство — це потужна компанія, що динамічна розвивається. Компанія має величезний досвід роботи у сфері комунікацій, впроваджуючи нові технології, підприємство прагне до максимальної продуктивності і задоволення запитів найвимогливіших замовників.

5. Проаналізовано зовнішнє середовище діяльності ТОВ «Телекарт-Прилад» та галузь приладобудування. Приладобудування є високотехнологічною та найбільш наукомісткою галуззю машинобудування, що спеціалізується на виробництві засобів виміру, аналізу, обробки і представлення інформації, автоматичних та автоматизованих систем управління, а також пристроїв регулювання. ТОВ «Телекарт-Прилад» є досить конкурентоздатним на ринку України та ближнього зарубіжжя, маючи надійну базу постачальників та споживачів, а також ведучи успішну конкурентну боротьбу.

6. Проведено оцінку основних техніко-економічних показників підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад». За період 2015 - 2019 рр. ТОВ «Телекарт-Прилад» демонструє позитивну динаміку розвитку. Головною метою ТОВ «Телекарт-Прилад» є збільшення прибутку, тому аналіз фінансових результатів діяльності підприємства має дуже важливе значення.

З проведених аналізів видно, що протягом аналізованого періоду підприємство досить швидкими темпами почало отримувати чистий прибуток. Серед позитивних змін: темп приросту чистого прибутку склав 2840,18% у 2019 році в порівнянні з 2015 роком; зріс коефіцієнт абсолютної ліквідності на 109,76%; збільшився чистий оборотний капітал на 259,15%; зріс коефіцієнт

маневреності власного капіталу на 379,5%, рентабельність продаж зросла на 273,09% та знизилась витрати на 1 грн продукції на 20,21%.

7. Проаналізовано показники конкурентоспроможності. Для аналізу використано SWOT-аналіз, метод експертних оцінок, метод побудови «гіпотетичного многокутника конкурентоспроможності», метод, заснований на теорії ефективної конкуренції, прогнозування та факторний аналіз. Провівши аналіз, можна стверджувати, що ТОВ «Телекарт-Прилад» займає вигідне конкурентне положення, і конкурентна стратегія підприємства забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства.

8. Сформовано елементи стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад». Стратегію ТОВ «Телекарт-Прилад» можна сформулювати як ринкового послідовника, що займає сприятливу позицію на ринку та орієнтовану на диференціацію на основі таких конкурентних переваг як висока якість та унікальність продукції, широкий асортимент, низькі ціни.

Запропоновано заходи щодо глибокого проникнення на ринок, що дозволять мінімізувати витрати підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад» та отримати додатковий прибуток в умовах значної конкуренції та нестабільного оточення. Також запропоновані заходи дозволять збільшити частку ринку, а саме: удосконалення рекламної підтримки, участь у виставках «DEFEXPO-2021» та «Зброя та безпека – 2021» та розміщення реклами у каталозі, диверсифікація та продаж нового товару на нових ринках. Виробництво і ефективний збут конкурентоспроможної продукції - узагальнюючий показник життєздатності підприємства, його вміння ефективно використовувати свій виробничий, науково-технічний, трудовий, фінансовий потенціал.

АНОТАЦІЯ

Балахніна А.О. «Формування елементів стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності

076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за магістерською програмою
(цифра та назва спеціальності)

професійного спрямування «Економіка та стратегія розвитку підприємства». -
(назва магістерської програм)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2020..

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – процеси формування елементів стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на промислових підприємствах.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти визначення «стратегія» та «стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства», проаналізовано та складено класифікацію стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємства, приділено увагу етапам формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Проаналізовано основні техніко-економічні показники діяльності підприємства, надано характеристику господарської діяльності та приділено увагу аналізу показників конкурентоспроможності підприємства.

Запропоновано формування елементів стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад» за напрямком зростання ефективності та прибутку на підприємстві в розрізі впровадження маркетингових заходів та диверсифікації та продажу нового товару на новому ринку.

Ключові слова: стратегія, стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства, конкурентоспроможність, диверсифікація товару.

ANNOTATION

Balakhnina A. "Formation of elements competitiveness increasing strategy for enterprises"

Qualifying work on obtaining a master's degree in the specialty «Entrepreneurship, trade and exchange activity» under the master's program

(code and name of the specialty)

«Economics and strategy of enterprise development». – Odessa National Economics University.
(title of master program)

– Odessa, 2020.

Thesis consists of three chapters. Object of study the processes of formation of elements of the strategy of increasing the competitiveness of the enterprise in industrial enterprises..

Diploma thesis deals with theoretical aspects of the definition of "strategy" and "strategy to increase the competitiveness of the enterprise", analyzes and compiles the classification of strategies to increase the competitiveness of the enterprise, pays attention to the stages of strategy to increase the competitiveness of the enterprise.

The main technical and economic indicators of the enterprise are analyzed, the characteristics of economic activity are given and attention is paid to the analysis of the enterprise's competitiveness indicators.

The formation of elements of the strategy of increasing the competitiveness of the company LLC "Telecard-Device" in the direction of increasing efficiency and profit at the company in terms of implementing marketing measures and diversification and sale of new products in a new market.

Keywords: strategy, strategy to increase the competitiveness of the enterprise, competitiveness, product diversification.