

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки підприємства та організації підприємницької
діяльності

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за освітньою програмою економіки підприємства та організації
підприємницької діяльності
на тему: «**Конкурентоспроможність підприємства та шляхи її
підвищення**»

Виконавець:

студент 47 групи факультету
ЕУП
Воєводіна Олена Сергіївна

/підпис/

Науковий керівник:

к. е. н., доцент
Бабій Олег Миколайович

/підпис/

Одеса 2021

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Конкурентоспроможність — сукупність можливостей успішного ведення підприємством конкуренції на ринку. Величина і ефективність використання факторів конкурентоспроможності визначають рівень досягнення підприємством головної мети — отримання цільового прибутку на вкладений капітал та виконання поставлених виробничих завдань і покладених соціальних зобов'язань. Конкурентоспроможність є показником науково-технічному прогресу, інноваційності та життєздатності підприємства, галузі, регіону та країни в цілому. Підвищення конкурентоспроможності сприяє підвищенню життєвого рівня суспільства. Однією з причин світового лідерства країн є інтенсивний науково-технічний прогрес, інноваційність організації бізнесу, методів роботи, товарів, що випускаються, потреба світового ринку у товарах країни, розвиток добробуту населення. Основним чинником інтенсивного розвитку цих показників є висока конкурентоспроможність підприємств країни. Конкурентоспроможність дозволяє визначити механізм, що допоможе виявити індивідуальні особливості підприємницької структури, на основі яких формуються власні конкурентні переваги підприємства. Конкурентоспроможність показує перспективи розвитку як підприємства, так і країни в цілому. Тому на підставі аналізу показників конкурентоспроможності треба формувати внутрішньоорганізаційні процеси та подальшу стратегію розвитку як одного підприємства, так і країни в цілому.

Мета — дослідити чинники, що впливають на показник конкурентоспроможності, визначити можливі шляхи його підвищення, описати методи дослідження конкурентоспроможності та розробити рекомендації з розвитку підприємства.

Завдання дослідження. Описати тему конкурентоспроможності з теоретичної сторони та на практиці. Визначити фінансовий, технічний та виробничий потенціали підприємства. Розрахувати інтегральний показник

конкурентоспроможності підприємства, ймовірність його банкрутства. Проаналізувати позицію підприємства на ринку за матричним методом. Розробити рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Об'єктом цієї роботи є діяльність ТОВ «Телекарт-Прилад» за 2017-2019 роки. На прикладі цього підприємства ми розглянемо показники конкурентоспроможності, їх вплив на діяльність підприємства, визначимо шляхи та методи підвищення конкурентного позиціювання підприємства.

Предмет дослідження — процеси формування конкурентоспроможності компанії, показників, що істотно впливають на діяльність підприємства; а також процеси формування фінансового, технічного та виробничого потенціалу підприємства.

Методи дослідження. Метод спостереження, експертний метод, методи аналізу рядів динаміки, матричний та функціональний методи, методи порівнянь.

Інформаційна база. Ст. 12 Закону України «Про товариство з обмеженою та додатковою відповідальністю» від 06.02 2018 року. Баланси, фінансові звіти про рух грошових коштів, звіт про власний капітал, примітки до річної фінансової звітності, розрахункова відомість, наказ з облікової політики, звіт з праці, положення про навчання та атестацію, положення про структуру підприємства та інше. Документи представлені за 2017-2019 роки.

Структура та обсяг роботи. Бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (30 найменувань) та 1 додаток. Загальний обсяг бакалаврської роботи становить 71 сторінки комп'ютерного тексту, містить 8 формул, 19 таблиць та 3 рисунки.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні аспекти та методи розрахунку і підвищення конкурентоспроможності підприємства» розглянуто визначення та показники конкурентоспроможності, а також методи їх розрахунку.

Конкурентоспроможність — це сукупність показників, що відбивають стан підприємства: техніко-економічний рівень, якість продукції, рівень цін та дистрибуції, фінансова стійкість, широта асортименту, рівень інноваційної активності, показники рентабельності, імідж підприємства тощо.

На конкурентоспроможність підприємства впливають внутрішні та зовнішні чинники. Зовнішні чинники є об'єктивними, на які підприємство не може вплинути. Наприклад, стан законодавства та економіки країни, в якому функціонує підприємство, ринкова структура, конкурентоспроможність регіону та галузі тощо. Тому доцільно аналізувати та покращувати внутрішній стан підприємства, його рівень конкурентоспроможності.

Рівень конкурентоспроможності підприємства — це відносний показник, який характеризує здатність фірми протистояти натиску підприємств-конкурентів. Часто це залежить від масштабів виробництва та збуту продукції, організаційної структури, положення галузі тощо.

Саме реалізація економічного потенціалу підприємства сприяє формуванню його конкурентної позиції, положенню фірми відносно конкурентів.

Інтегральний показник конкурентоспроможності. Його визначають за допомогою загального аналізу стану підприємства, а також коефіцієнтів стійкості підприємства до зовнішнього середовища, коригування коефіцієнтів за допомогою сукупного показника конкурентоспроможності суб'єктів бізнесу. Розраховується він за формулою (1.1):

$$K = \sum k_i \times d_i \quad (1.1)$$

де k_i — показники конкурентоспроможності підприємства за i -им напрямом діяльності підприємства за певний проміжок часу;

d_i — ваговий коефіцієнт значущості показників конкурентоспроможності, що встановлюється методом конкурентних оцінок.

Наприклад, i -фактори можуть ранжуватись (d_i) від 1 до 10. Найменш значущий показник конкурентоспроможності — 1, найбільш значущий — 10. Чим ближче (R) показник до 1, тим менший його вклад у сукупну конкурентоспроможність підприємства.

Інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства можна умовно представити величиною, що знаходиться в діапазоні (формула 1.2.) :

$$0 \leq K \leq 100 \quad (1.2.)$$

При максимальному значенні всіх показників інтегральний показник конкурентоспроможності складе 100 балів ($K = 100$). Відповідно при сумі від 75 до 100 балів — висока конкурентоспроможність; від 50 до 75 — підприємство можна вважати конкурентоспроможним; від 25 до 50 — низько конкурентоспроможним та при сумі нижче за 25 балів — неконкурентоспроможним.

У другому розділі «Розрахунок конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад»» проаналізовано техніко-економічний та фінансовий стан підприємства, його стійкість на ринку на конкурентоспроможність.

Для визначення конкурентоспроможності підприємства за всіма показниками (фінансовими, виробничими, збутовими та показниками конкурентоспроможності продукції) треба розрахувати інтегральний показник конкурентоспроможності. У цьому дослідженні сукупний

показник розраховується за емпіричною формулою І. Максимова, де коефіцієнти визначались експертно, методом послідовних порівнянь:

$$K_{\text{кп}} = 0,15 \times E_{\text{п}} + 0,29 \times \Phi_{\text{п}} + 0,23 \times E_{\text{с}} + 0,33 \times K_{\text{п}}, \text{ де} \quad (2.1)$$

$K_{\text{кп}}$ — коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства;

$E_{\text{п}}$ — рівень ефективності виробничої діяльності підприємства;

$\Phi_{\text{п}}$ — рівень фінансового положення компанії;

$E_{\text{с}}$ — рівень ефективності організації збуту товарів підприємства;

$K_{\text{п}}$ — рівень конкурентоспроможності продукції компанії.

Показники та розрахунки рівнів організації збуту, виробництва, конкурентоспроможності продукції, фінансового рівня та їх інтегрального коефіцієнта, наведені у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Показники конкурентоспроможності підприємства

Показники конкурентоспроможності підприємства						
Показники	2017	2018	2019	Зміна 2018 / 2017, %	Зміна 2019 / 2018, %	Зміна 2019 / 2017, %
1	2	3	4	5	6	7
Коефіцієнт автономії	0,276	0,205	0,228	-25,725	11,220	-17,391
Коефіцієнт фінансової залежності	-3,617	-4,885	-4,387	-35,057	10,194	-21,288
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,509	0,527	0,826	3,536	56,736	62,279
Коефіцієнт забезпеченості оборотних коштів власними оборотними коштами	0,163	0,12	0,196	-26,380	63,333	20,245
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,276	0,207	0,229	-25,000	10,628	-17,029
Коефіцієнт фінансового ризику	-2,617	-3,885	-3,387	-48,452	12,819	-29,423
Коефіцієнт поточної ліквідності(на кін. року)	1,195	1,136	1,244	-4,937	9,507	4,100
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,948	0,992	1,127	4,641	13,609	18,882
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,212	0,381	0,849	79,717	122,835	300,472
Співвідношення	0,244	0,248	0,179	1,639	-27,823	-26,639

короткострокової дебіторської та кредиторської заборгованості						
оборотних Коефіцієнт оборотності коштів	1,080	1,240	1,500	14,815	20,968	38,889
Сукупний фінансовий показник підприємства	-1,383	-3,728	-1,405	-169,559	62,300	-1,590

Продовження таблиці 2.1

Продуктивність праці, тис. грн./особу	375,590	652,950	1 067,750	73,846	63,527	184,286
Фондоозброєність, тис. грн./особу.	57,470	59,720	38,51	3,915	-35,516	-32,991
Фондовіддача, грн./грн.	6,540	10,930	27,73	67,125	153,705	324,006
Фондомісткість, грн./грн.	0,150	0,090	0,04	-40,000	-55,556	-73,333
Матеріаломісткість, грн.	0,68	0,74	0,48	8,824	-35,135	-29,412
Матеріаловіддача, грн.	1,46	1,34	2,07	-8,219	54,478	41,781
Рентабельність продукції (ROM), коефіцієнт	0,0796	0,0666	0,3727	-16,332	459,610	368,216
Рентабельність активів (ROA), коефіцієнт	0,1487	0,1985	0,5984	33,490	201,461	302,421
Рентабельність власного капіталу (ROE), коефіцієнт	0,1996	0,2589	1,3799	29,709	432,986	591,333
Сукупний показник ефективності виробничої діяльності	442,318	726,294	1 138,931	64,202	56,814	157,492
Коефіцієнт оборотності запасів	3,46	7,90	14,35	128,324	81,646	314,740
Прибуток / збут, грн./грн.	13,50	11,20	47,30	-17,037	322,321	250,370
Рентабельність продаж (ROS), %	0,0911	0,0700	0,3352	-23,161	378,857	267,947
Сукупний показник ефективності організації збуту	17,051	19,170	61,985	12,427	223,345	263,526
Якість продукції, ранг	10,00	10,00	10,00	0,000	0,000	0,000
Ціна	9,72	9,72	9,72	0,000	0,000	0,000
Номенклатура	10,00	10,00	10,00	0,000	0,000	0,000
Асортимент	5,00	5,00	5,00	0,000	0,000	0,000
Рівень гарантійного та після гарантійного обслуговування	10,00	10,00	10,00	0,000	0,000	0,000
Сукупний показник ефективності організації збуту	44,7	44,7	44,7	0,000	0,000	0,000
Сукупний показник конкурентоспроможності продукції	86,04	128,44	200,86	49,279	56,384	133,450

Джерело: власна розробка автора

У третьому розділі «Рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад» запропоновано шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства, надано два заходи для подальшого росту прибутку та поліпшення фінансового стану компанії.

За дослідженнями цієї роботи у підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад» є два вектори розвитку:

1) скоротити номенклатуру та розширити вибір продукції в одній асортиментній групі; розробити нову високоякісну продукцію з високою ціновою політикою;

2) підвищити витрати на збутову діяльність.

Для подальшого розвитку підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад» ми обираємо стратегію збільшення збутових витрат та витрат на розширення асортименту, оскільки вона призводить до такого економічного ефекту у 2025 році порівняно з 2021 роком:

1) виручка збільшиться на 772,77 % та складе 6 352 855,2 тис. грн;

2) чистий прибуток збільшиться на 3 578,52 % та складе 2 995 896,2 тис. грн;

3) власний капітал зросте на 1 764,14 % та складе 1 497 612,6 тис. грн;

4) фінансова залежність знизиться на 52,16 % та складе 2,1 грн;

5) частка собівартості у структурі обсягів реалізованої продукції зменшиться на 47,93 % та складе 30 %.

ВИСНОВКИ

Конкурентоспроможність — це техніко-економічний рівень підприємства, якість продукції, рівень цін та дистрибуції, фінансова стійкість, широта асортименту, рівень інноваційної активності, показники рентабельності, імідж підприємства тощо. Конкурентоспроможність є найважливішим показником життєздатності підприємства. Постійне підвищення конкурентоспроможності підприємств сприяє науково-технічному прогресу, формування нових робочих місць, підвищенню життєвого рівня суспільства. На конкурентоспроможність підприємства впливають внутрішні та зовнішні чинники. Зовнішні чинники є об'єктивними, на які підприємство не може вплинути. Наприклад, стан законодавства та економіки країни, в якому функціонує підприємство, ринкова структура, конкурентоспроможність регіону та галузі тощо. Тому вирішальними для конкурентоспроможності підприємства є його внутрішні чинники.

Для оцінки конкурентоспроможності компанії розраховується інтегральний показник за всіма факторами з використанням відповідних коефіцієнтів, використовуються функціональний та матричний методи. Одними з важливих показників є фінансовий ризик та ймовірність банкрутства.

Дослідження та аналіз різних аспектів роботи підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад» дають змогу виділити проблемні моменти, які впливають на діяльність організації.

По-перше, підприємство виготовляє багато різноманітних видів продукції, що ускладнює контроль ефективності виробництва та виправлення проблем, що з'явилися. Розрахунок та аналіз показників

конкурентоспроможності та позиціювання на ринку, наведені вище, показали, що загалом підприємство працює ефективно, але є проблеми з фінансовим управлінням компанії. є фінансово не стійким. Аналіз коефіцієнтів фінансової стійкості показав, що проблема також криється у невеликій частці власного капіталу в активах підприємства, лише 20-28%, адже все інше складають запозичені кошти.

Таким чином, підприємство стає залежним від своїх кредиторів, що значно впливає на напрями розвитку організації, але це також виступає двигуном розвитку, оскільки підприємство має інвестиції не тільки з власного прибутку.

Попри фінансову залежність, інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства протягом 2017-2019 рр. зростає, що говорить про розвиток компанії.

За дослідженнями цієї роботи у підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад» є два вектори розвитку:

- 1) вкладати кошти у підвищення якості продукції (собівартості) та збільшення збутових витрат (витрат на маркетинг); формувати власний капітал з поточної виручки;
- 2) скоротити собівартість продукції, отримувати надприбутки з оптимізації виробництва та зниження витрат.

Попри позитивну результативність за всіма показниками обох стратегій, стратегія підвищення збутових витрат та витрат на продукцію приносить більше виручки, прибутків та обсягу власного капіталу. попри позитивну результативність за всіма показниками обох стратегій, стратегія підвищення збутових витрат та витрат на продукцію приносить більше виручки, прибутків, обсягу власного капіталу та знижує фінансову залежність підприємства. А саме:

- 1) перша стратегія (стратегія підвищення витрат на якість продукції) приносить у 2020 та 2021 роках більше виручки, ніж друга стратегія

(стратегія зниження витрат на продукцію) на 23,81 % та 49,87 % відповідно;

- 2) перша стратегія приносить у 2020 та 2021 роках більше чистого прибутку, ніж друга стратегія на 23,71 % та 49,85 % відповідно;
- 3) перша стратегія знижує фінансову залежність підприємства у 2020 та 2021 роках краще, ніж друга стратегія на 1,31 % та 3,93 % відповідно.

Стратегія підвищення витрат поступається стратегії зниження собівартості тільки за часткою собівартості у структурі обсягів реалізованої продукції. Але позитивний економічний ефект за першою стратегією значно вищий за результати другої стратегії.

Для подальшого розвитку підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад» ми обираємо стратегію збільшення збутових витрат та витрат на розширення асортименту, оскільки вона призводить до такого економічного ефекту у 2025 році порівняно з 2021 роком:

- 1) виручка збільшиться на 772,77 % та складе 6 352 855,2 тис. грн;
- 2) чистий прибуток збільшиться на 3 578,52 % та складе 2 995 896,2 тис. грн;
- 3) власний капітал зросте на 1 764,14 % та складе 1 497 612,6 тис. грн;
- 4) фінансова залежність знизиться на 52,16 % та складе 2,1 грн;
- 5) частка собівартості у структурі обсягів реалізованої продукції зменшиться на 47,93 % та складе 30 %.