

**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 освітньою програмою професійного спрямування  
«Економіка та стратегія розвитку підприємства»  
(назва освітньої програми)

на тему: **«Підвищення конкурентоспроможності продукції за рахунок впровадження інновацій»**  
(назва теми)

**Виконавець:**

студент факультету економіки та управління підприємництвом

Куманова Поліна Василівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

\_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник:**

д.е.н, доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Літвінов О.С.

(прізвище, ім'я, по батькові)

\_\_\_\_\_  
/підпис/

ОДЕСА – 2021

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

*Актуальність теми.* За сучасних умов бізнес-середовища та інтеграції України у європейське економічне співтовариство одним з найважливіших питань є конкурентоспроможність вітчизняних підприємств та продукції, що виготовляється ними. У теперішній час рівень ризику діяльності підприємств на ринку зростає і виникає додаткова необхідність у пристосуванні до мінливих ринкових умов. Зараз 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 менеджмент підприємств повинен бути адаптивним до стрімких змін зовнішнього середовища, зростаючих вимог споживачів товарів та динамічної ринкової конкуренції.

Ті гравці ринку, що недооцінюють значення процесу проведення активної інноваційної діяльності на підприємстві, як правило, все частіше втрачають свої позиції у тій ніші, в якій працюють. Саме інновації забезпечують суб'єкту підприємництва достатній рівень конкурентних переваг, що сприяє створенню умов задля зміцнення його позицій на ринку та виготовлення якісної продукції, здатної задовольнити найкращим чином потреби споживачів і бути конкурентостійкою. Таким чином, дане дослідження стосовно механізмів підвищення конкурентоспроможності продукції задля забезпечення сталого розвитку підприємства в контексті проведення інноваційної діяльності є досить актуальним.

Науковими дослідженнями за тематикою підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств та їх продукції за рахунок здійснення інноваційної діяльності займалися багато вітчизняних і зарубіжних вчених, а практичними аспектами пошуків шляхів та механізмів підвищення конкурентоспроможності продукції займаються не лише науковці, а й практики – керівники промислових підприємств. Зокрема серед дослідників, праці яких здійснили значний внесок у розробку проблематики

конкурентоспроможності продукції, необхідно виділити наступних: Р.А. Фатхутдінов [1], О.Н. Любченко [2], С.Г. Светушков [3], С.В. Мицюк [4], В.О. Літвінова [5], Л.В. Балабанова [6], В.І. Гринь [7]. Аспектам впливу інноваційної діяльності на підвищення рівню конкурентоспроможності продукції приділяли увагу у своїх роботах такі економісти минулого та сучасності: М. Портер [8], В.В. Зянько [9], А.Г. Загородній [10], Г.Л. Вознюк [10], В.П. Соловйов [11], В.Г. Семенова [12] та інші науковці. Проте, незважаючи на наявність досліджень щодо визначеної проблематики, на сьогодні досі залишаються нерозв'язані питання, що вимагають подальшого проведення наукових досліджень.

**Мета дослідження** – дослідження та обґрунтування теоретичних аспектів щодо сутності поняття конкурентоспроможності продукції, визначення ступеня впливу інноваційної діяльності на рівень конкурентоспроможності продукції та висвітлення проблем і шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Саратський завод продтоварів».

**Завдання дослідження:**

- проаналізувати авторські підходи науковців до визначення сутності поняття конкурентоспроможності продукції;
- проаналізувати фактори, що впливають на конкурентоспроможність продукції;
- проаналізувати ступінь впливу інноваційної діяльності на рівень конкурентоспроможності продукції;
- дослідити та охарактеризувати підходи до оцінки конкурентоспроможності продукції;
- надати загальну характеристику досліджуваного підприємства ТОВ «Саратський завод продтоварів»;
- провести галузевий та конкурентний аналіз ринку виробництва соків як сфери діяльності підприємства, що досліджується;

- провести аналіз виробничо-господарської діяльності ТОВ «Саратський завод продтоварів»;
- провести оцінку конкурентоспроможності продукції ТОВ «Саратський завод продтоварів» за допомогою аналітичних та графічних методів;
- розробити та запропонувати інноваційні заходи для підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Саратський завод продтоварів», оцінити їх ефективність.

**Об'єкт дослідження** – процеси обґрунтування підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Саратський завод продтоварів».

**Предмет дослідження** – визначення шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції з метою розробки інноваційних заходів для ТОВ «Саратський завод продтоварів», що сприятимуть підвищенню рівня конкурентоспроможності продукції, що виготовляється підприємством.

**Методи дослідження.** Для розв'язання поставлених завдань у даній дипломній роботі використано наступні методи наукового дослідження: теоретичний аналіз літературних джерел та метод наукового пізнання (при узагальненні теоретичних засад конкурентоспроможності продукції), методи економічного і статистичного аналізу (при аналізі тенденцій розвитку досліджуваного підприємства за різними показниками та оцінці ризиків від впровадження розроблених інноваційних заходів), метод деталізації та синтезу (при вивченні предмета дослідження), метод спостереження та порівняльного аналізу (при порівнянні продукції досліджуваного підприємства з продукцією конкурентів та оцінці фінансово-господарської діяльності підприємства), стратегічний аналіз (при проведенні галузевого конкурентного аналізу тенденцій ринку галузі виробництва соків), аналітичні та графічні методи оцінки конкурентоспроможності продукції, метод економічного моделювання та прогнозування (при розрахунку прогнозу доходу від реалізації продукції ТОВ «Саратський завод продтоварів» у

перспективі). Розрахунки в дипломній роботі здійснені за допомогою комп'ютерної програми Microsoft Excel.

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

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (48 найменувань) та 9 додатків. Загальний обсяг роботи становить 94 сторінок комп'ютерного тексту, містить 17 таблиць та 20 рисунків.

**Публікації.** За результатами виконання кваліфікаційної роботи підготовлено статті у Науковому віснику ОНЕУ на тему «Інноваційна діяльність, як засіб підвищення конкурентоспроможності продукції суб'єктів підприємництва» (збірник 7-8, 2021 р.), у Наукових студентських вісниках статей ФЕУП (випуски 29, 31, 33).

Опубліковані тези на теми: «Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства» (Збірник тез II Міжнародній науково-практичній конференції «Підприємництво і торгівля: тенденції розвитку», м.Одеса, 2019 р.), «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.), «Інноваційна діяльність, як засіб підвищення конкурентоспроможності продукції суб'єктів підприємництва» (в рамках X міжнародної науково-практичної конференції «Економіка підприємства:

сучасні проблеми теорії та практики», публікація у всеукраїнському журналі «Економіст», випуск №9, м.Одеса, 2021 р.).

Участь у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт зі спеціалізації «Підприємництво» у 2020/2021 н.р.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

У першому розділі **«Теоретичні засади конкурентоспроможності продукції»** розглянуто сутність поняття «конкурентоспроможність продукції», проведене дослідження факторів, що впливають на конкурентоспроможність продукції, детально охарактеризовано вплив інноваційної діяльності на рівень конкурентоспроможності продукції та розглянуті основні підходи до оцінки конкурентоспроможності продукції.

У другому розділі **«Економічний аналіз ефективності підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Саратський завод продтоварів»»** проаналізовано основні показники діяльності підприємства, розглянута характеристика підприємства, розраховані основні техніко-економічні показники діяльності, проведено галузевий аналіз ринку виробництва соків та проведена оцінка конкурентоспроможності продукції ТОВ «Саратський завод продтоварів».

У третьому розділі **«Розробка інноваційних заходів задля підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Саратський завод продтоварів»»** запропоновано комплексний захід, направлений на введення в асортимент нового виду продукції, що містить у собі три етапи: впровадження нового обладнання, розробку пакування та інноваційне просування продукції.

## ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження були зроблені наступні висновки щодо підвищення конкурентоспроможності продукції:

1. Визначено, що поняття «конкурентоспроможність продукції» є доволі складним та носить відносний характер, що обумовлюється його залежністю від ринкового середовища та конкурентних переваг. Єдиного визначення терміну «конкурентоспроможність продукції» не існує, адже у проведеному аналізі підходів авторів в економічній літературі видно, що думки науковців не є однозначними. Нами було запропоноване авторське визначення конкурентоспроможності продукції як «властивості товару бути обраним покупцем у процесі альтернативного вибору серед варіантів, запропонованих конкурентами». Таке трактування дозволяє не обмежувати категорію рамками у вигляді прив'язки до властивостей самого товару, а дозволяє сконцентрувати увагу саме на кінцевому споживачеві, який і є основною і фінальною ланкою у процесі визначення того, чи здатен даний товар конкурувати серед пропозиції на ринку.

Поняття «конкурентоспроможності продукції» повинно розглядатися менеджментом підприємства як можливості та їх ефективне використання, постійна адаптація до умов конкурентного середовища. Для того щоб продукція була конкурентоспроможною, вона повинна мати комплекс відповідних параметрів, які є її кількісними характеристиками та враховують галузеву особливість оцінки конкурентоспроможності. Існує багато факторів, що впливають на виробництво конкурентоспроможної продукції, які утворюють між собою цілий комплекс. Серед усіх інших, інновації як фактор впливу на конкурентоспроможність продукції, є одними з найважливіших, їх особливість полягає в низькій залежності від зовнішніх чинників.

2. Інноваційна активність бізнесу є основою для виготовлення підприємством конкурентоспроможної продукції. Саме систематичне проведення інноваційної діяльності на підприємстві забезпечує стійкі

ринкові позиції та створює додаткові переваги перед конкурентами задля максимального задоволення потреб споживачів власною продукцією.

Запровадження інновацій формує інноваційну конкурентоспроможність товару як сукупність набутих характеристик продукції, що дозволяють перевершувати товари-конкуренти за якістю і ціною, а також за здатністю задовольняти потреби споживачів, що постійно оновлюються та формуються в результаті впливу трендів на ринку. Успіх підприємств у сучасних умовах господарювання все більшою мірою обумовлений оновленням технологій, освоєнням нових ринкових ніш і організаційними нововведеннями, що доводить значущість інноваційної діяльності для кожного суб'єкта підприємництва.

3. На сьогоднішній день не існує однозначних підходів до методології дослідження конкурентоспроможності продукції. Існує цілий ряд методів для оцінки конкурентоспроможності продукції, але їх окреме використання відкриває лише часткове уявлення про рівень конкурентоспроможності продукції. Тому доцільним є використання комплексу методів, вибір яких є індивідуальним для кожного підприємства і визначається завданнями, які йому необхідно вирішити, рівнем ухвалення рішення та факторами конкурентного середовища.

В умовах глобалізації та інтернаціоналізації світового економічного простору визначення конкурентоспроможності продукції та її оцінки, з одного боку, допомагає не тільки позиціонувати підприємство на галузевому ринку, а й є базою для прийняття управлінських рішень: удосконалення структури управління підприємством, підвищення ефективності виробництва, залучення зовнішніх інвесторів, розробки стратегії виходу на нові ринки збуту тощо.

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. Проведений аналіз ринку соків показав, що за останні роки динаміка обсягів реалізації є позитивною, в основному за рахунок росту цін на продукцію, що свідчить про те, що існує тенденція до зростання споживання соків та про те, що ринок розвивається невеликими темпами, навіть не дивлячись на спад обсягів виробництва. Падіння обсягів виробництва в соковій галузі, як і в інших галузях промисловості України, пов'язане значною мірою з карантинними обмеженнями під час пандемії COVID-19. Безумовно, це наклало відбиток і на обсяги споживання соків, зате позитивним моментом є те, що споживачі стали більше звертати увагу на продукти, які присутні у їхньому харчуванні та частіше обирають натуральну продукцію без різноманітних домішок. Проте є підстави казати про те, що тренд спаду обсягів споживання соку через фактори, пов'язані з пандемічними обмеженнями, не матиме довгострокового ефекту в майбутньому і ринок продовжить відновлюватися та повернеться до попередніх рівнів показників.

6. Проведено аналіз основних техніко-економічних показників підприємства ТОВ «Саратський завод продтоварів» за період 2017-2020 рр. За останні роки функціонування економічні показники діяльності свідчать як про позитивну, так і негативну тенденцію. За весь аналізований період ТОВ «Саратський завод продтоварів» має позитивний результат діяльності. Про це свідчить те, що за 2017-2020 рр. підприємство не несло збитків. Проте спостерігається негативна тенденція таких основних показників, як: спад чистого прибутку підприємства (значною мірою це пов'язано з карантинними обмеженнями під час пандемії COVID-19), зростання собівартості продукції, зниження фондівіддачі, скорочення коефіцієнтів абсолютної ліквідності та платоспроможності, спад рентабельності продажів

та продукції. Серед позитивних моментів в діяльності підприємства можна відмітити: зростання чистого доходу від реалізації, підвищення продуктивності праці, збільшення коефіцієнтів автономії та фінансової стійкості. Отже, можна сказати, що, на жаль, позитивних тенденцій на аналізованому підприємстві менше, ніж негативних, що свідчить про необхідність вживання заходів щодо поліпшення стану діяльності підприємства.

7. Для проведення оцінки конкурентоспроможності продукції ТОВ «Саратський завод продтоварів» були використані: аналітичні методи – метод експертних оцінок, метод розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності, та графічні методи – метод багатокутника конкурентоспроможності та SWOT-аналіз внутрішньої середовища підприємства. Проведення оцінки конкурентоспроможності продукції показало, що продукція підприємства займає не достатню конкурентну позицію відносно інших підприємств галузі через низькі значення інноваційного та економічного параметрів конкурентоспроможності продукції. Зокрема, найнижчим порівняно з конкурентами є значення інноваційного параметру, що, у свою чергу, обумовлене низькими інноваційністю продукції та іміджу товару. Результати аналізу графічно зображені за допомогою багатокутника конкурентоспроможності. Також було оцінено сильні та слабкі сторони підприємства, його можливості та загрози на існуючому ринку за допомогою SWOT-аналізу, з якого видно, що підприємству необхідно активізувати інноваційну діяльність компанії задля зміцнення конкурентоспроможності продукції та посилення ринкових позицій підприємства відносно конкурентів.

8. В кваліфікаційній магістерській роботі було розроблено комплексний інноваційний захід задля підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Саратський завод продтоварів», в рамках якого були визначені такі три етапи:

- придбання та впровадження мембранної деалкоголізаційної установки GEA AromaPlus для виготовлення безалкогольного вина;

- розробка пакування для безалкогольного вина в travel-форматі;
- організація інноваційного просування продукції за рахунок колаборації з авіакомпанією SkyUp Airlines.

Для підтвердження ефективності запропонованих етапів комплексного заходу було проведено відповідні розрахунки. В результаті впровадження усіх трьох етапів в рамках комплексного заходу із підвищення конкурентоспроможності продукції зростають показники доходності підприємства ТОВ «Саратський завод продтоварів»: чистий дохід – на 12,33%, прибуток від продажів – на 25,13% та рентабельність продажів – на 0,16%.

Також був оцінений вплив запропонованих етапів комплексного заходу на рівень конкурентоспроможності продукції. Серед параметрів конкурентоспроможності спостерігається їх зростання на: інноваційні параметри – на 36,39%, економічні параметри – на 17,18%, естетичні – на 8,26% та технічні – на 2,33%. Загальний показник конкурентоспроможності продукції, при цьому, зростає на 5,62%.

Отже, можна зробити висновок, що усі запропоновані етапи в рамках комплексного заходу із зростання конкурентоспроможності продукції ТОВ «Саратський завод продтоварів» є ефективними та реально досяжними для підприємства.

## АНОТАЦІЯ

### **Куманова П.В., «Підвищення конкурентоспроможності продукції за рахунок впровадження інновацій»**

*(прізвище та ініціали студента)*

*(назва кваліфікаційної роботи)*

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за освітньою програмою професійного спрямування «Економіка та стратегія розвитку підприємства»,

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2021 рік

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – процеси обґрунтування підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Саратський завод продтоварів».

У роботі розглядаються теоретичні аспекти поняття «конкурентоспроможності продукції», охарактеризовано фактори, що на неї впливають, зокрема детально охарактеризований вплив інноваційної діяльності на конкурентоспроможність продукції, а також розглядаються основні підходи до оцінки конкурентоспроможності продукції.

Проаналізовано основні показники ефективності діяльності підприємства ТОВ «Саратський завод продтоварів» впродовж 2017-2020 років, а також проведена оцінка конкурентоспроможності продукції за допомогою таблиць і діаграм.

Запропоновано комплексний захід для підвищення конкурентоспроможності продукції, направлений на введення в асортимент нового виду продукції, що містить у собі три етапи: впровадження нового обладнання, розробку пакування та інноваційне просування продукції.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність продукції, впровадження інновацій, вплив інноваційної діяльності, оцінка конкурентоспроможності продукції, економічна ефективність.

## ANNOTATION

### **Kumanova P.V., «Improving the competitiveness of products via introduction of innovations»**

*(students surname and initials)*

*(work title)*

Thesis for Master degree in specialty 076 «Entrepreneurship, trade and exchange activity» under the master's program «Economics and strategy of enterprise development»,

- Odessa National Economic University. - Odessa, 2021.

Thesis consists of three chapters. Object of study is processes of substantiation of increase of competitiveness of production of LLC "Saratsky Foodstuff Plant" LLC.

Tesis deals with theoretical aspects of of the concept of "product competitiveness", describes the factors that affect it, in particular, describes in detail the impact of innovation on product competitiveness, as well as the main approaches to assessing product competitiveness.

Author analyzed the main performance indicators of the enterprise LLC "Saratsky Foodstuff Plant" during 2017-2020, and the assessment of the competitiveness of products is carried out by means of tables and diagrams.

An increase of competitiveness of products is proposed through a comprehensive measure aimed at introducing a new type of product, which includes three stages: the introduction of new equipment, development of packaging and innovative product promotion.

**Keywords:** product competitiveness, implementation of innovations, impact of innovation activity, assessment of product competitiveness, economic efficiency.