

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра маркетингу

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня магістр

зі спеціальності 075 Маркетинг

за освітньою програмою Маркетинг та міжнародна логістика

на тему: **«Шляхи підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад»»**

Виконавець:

студентка факультету міжнародної економіки

Вайсєро Ярослава Ігорівна

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Беспалов Володимир

Михайлович

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. В умовах розвитку ринкових відносин та глобалізації всіх процесів у суспільстві перед кожною компанією постає проблема оцінки рівня її конкурентоспроможності, оскільки її керівництво розуміє, що для зміцнення своїх конкурентних позицій необхідно зрозуміти власні проблеми та розробити заходи щодо їх компенсації.

Аналіз конкурентоспроможності продукції є одним із рівнів аналізу конкурентоспроможності підприємства з подальшою розробкою стратегічних альтернатив, що дозволяють зміцнити конкурентні позиції підприємства. Визначено ключові чинники конкурентоспроможності в різних галузях економічного життя, які є важливим фокусом досліджень у вітчизняній та світовій бізнес-спільноті, що підтверджено численними публікаціями.

Розвиток ринку оборонно-промислового комплексу у 2022 році є найважливішим серед усіх інших ринків. У зв'язку з повномасштабною війною росії проти України, і як наслідок недостатньої кількості військової техніки і зброї, у роботі були запропоновані шляхи допомоги Збройним Силам України у виготовленні зброї та її ремонті, що робить цю тему актуальною.

Враховуючи викладене, важливим для його вдосконалення видається теоретичне дослідження конкурентоспроможності промислового підприємства на прикладі ТОВ «Телекарт-Прилад».

Актуальність проблеми та її недостатня теоретична і практична вивченість зумовили вибір теми дослідження «Шляхи підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад»».

Мета кваліфікаційної роботи. Вивчення теоретичних засад щодо конкурентоспроможності продукції підприємства та практичне застосування отриманих теоретичних знань для розробки системи заходів щодо підвищення конкурентоспроможності компанії ТОВ «Телекарт-Прилад».

Задачі кваліфікаційної роботи:

1. дослідити сутність понять «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентоспроможність продукції»;

2. визначити основні фактори конкурентоспроможності підприємства;
3. проаналізувати методи оцінки конкурентоспроможності продукції, які існують у науковій літературі;
4. проаналізувати фінансовий стан ТОВ «Телекарт Прилад»;
5. оцінити фактичний рівень конкурентоспроможності продукції підприємства;
6. обґрунтувати заходи щодо підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Телекарт Прилад»;

Об'єкт дослідження – ТОВ «Телекарт Прилад» підприємство приладобудівної промисловості.

Предмет дослідження – сукупність теоретико-методичних та прикладних положень щодо обґрунтування напрямків підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах.

Методи дослідження. У процесі дослідження використовувалися такі методи: аналіз, синтез, абстракція, аналіз фінансової звітності, матриця БКГ, метод експертних оцінок, порівняння та графічного представлення результатів.. Теоретико-методологічною основою роботи є: положення економічної теорії, праці західних та українських вчених.

Інформаційна база дослідження складається з праці наступних авторів Н.І. Горбаль, О.Є. Кузьмін, А.П. Гречан, М.П. Денисенко, К.О. Шилова, О.С. Дуброва, С.М. Клименко, А.В. Єрмак, І.М. Злидень, М. Портер, В.В. Шарко, Р.А. Фатхутдінов, Г.В. Осовська, Т.М. Громова, С.Б. Алексеев, М.О. Єрмолов, Ю.Б. Іванов, Ю.А. Савінова та інших.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Зміст роботи представлений на 85 сторінці комп'ютерного тексту. Кваліфікаційна робота містить 16 таблиць, 21 рисунки, 4 додатки. Бібліографічний список нараховує 62 літературних джерела, що викладені на сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретико-методологічні аспекти конкурентоспроможності підприємства»* розглянуті сутність понять «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентоспроможність продукції», проаналізовано фактори конкурентоспроможності підприємства та охарактеризовано методи оцінки конкурентоспроможності підприємства.

У другому розділі *«Аналіз конкурентоспроможності на ТОВ «Телекарт-Прилад»»* охарактеризовано підприємство, проаналізовані основні фінансові показники підприємства, проаналізовано маркетингове і конкурентне середовище, а також проведена оцінка ефективності маркетингової діяльності на підприємстві.

У третьому розділі *«Напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємства»* запропонована співпраця з «Ваукар» і виготовлення дронів, оптимізація і модернізація сайту компанії, та організація ремонтно-конструкторських робіт військової техніки.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

У найзагальнішому розумінні конкурентоспроможність фірми — це її здатність успішно функціонувати на ринку протягом тривалого періоду часу та домінувати над своїми конкурентами у всій або частковій діяльності. Конкурентоспроможність товару - це характеристика того, що він найкращим чином задовольняє конкретну потребу порівняно з аналогічними товарами його конкурентів на ринку. Конкурентоспроможність підприємства і конкурентоспроможність його продукції взаємопов'язані як окремо, так і в цілому. Якщо узагальнити визначення конкурентоспроможності підприємства різних авторів, то можна зробити такі висновки:

1. Конкуентоспроможність компанії не є внутрішньою. Внутрішні (невід'ємні) якості бізнесу, відображені на певному ринку, пов'язаному з певними виробниками;
2. Конкуентоспроможність фірми можна оцінити лише за наявності конкурентів і лише по відношенню до них.
3. Різні конкуренти будуть по-різному оцінювати конкуентоспроможність підприємства;
4. Конкуентоспроможність підприємства залежить від рівня його конкурентних переваг;
5. Компанії можуть бути конкуентоспроможними, якщо їхня продукція конкуентоспроможна;
6. Від раціональності та ефективності прийнятих управлінських рішень залежить конкуентоспроможність підприємства.

Наукова новизна роботи полягає в переосмисленні місця конкуентоспроможності та конкурентної переваги в ранжуванні ключових показників успішності бізнесу. В роботі було надане авторське тлумачення поняття «ефективність управління». На основі аналізу сучасних публікацій у сфері менеджменту та останніх світових тенденцій управлінської діяльності запропоновано гіпотези щодо нового розуміння терміну конкуентоспроможність у рамках сучасних організацій.

Що стосується факторів, що визначають конкуентоспроможність продукції, то до них часто відносяться ціна і якість. Поєднання параметрів «ціна-якість» визначає позицію компанії на ринку.

У літературі наводиться різноманітний інструментарій для оцінки конкуентоспроможності продукції. На нашу думку, матричний метод є найбільш застосовним, оскільки він простий у використанні та охоплює всі аспекти об'єкта аналізу.

ТОВ «Телекарт-Прилад» - національний виробник сучасних цифрових засобів зв'язку та оборонно-промислового комплексу. За період 2017-2021 років зростають показники діяльності підприємства: обсяг продажу і витрати. У 2019 році різке збільшення чистого прибутку до 81 263 тис. грн. в порівнянні з 9 079

тис. грн. за 2018 рік. У 2019 р. продажі збільшилися більш, ніж в 2 рази, що говорить про покращення та зміцнення позицій підприємства на ринку, а також великі закупівлі державою для ЗСУ. У 2020 році продажі почали зменшуватись у зв'язку зі збільшенням витрат, а у 2021 році підприємство має маленький прибуток через те, що продає продукцію по собівартості. Така негативна динаміка потребує особливої уваги з боку керівництва підприємства, в тому числі відділу маркетингу.

З точки зору маркетингової діяльності, було встановлено, що компанія використовувала маркетингові інструменти та час від часу брала участь у виставках до пандемії та повномасштабної війни. Наразі використовує елемент PR та час від часу купує рекламні площі в друкованих та інтернет-виданнях.

Провівши STEP – аналіз було виявлено, що ризиків для підприємства набагато більше, ніж позитивних факторів $273 > 167$. Найбільші загрози у політично-правових і економічних факторах через повномасштабну війну в країні. Через військовий стан багато негативних економічних факторів, але також є позитивні можливості у соціальних та технологічних сферах, наприклад такі як переваги компанії: імідж, соціальне забезпечення, наявність бази для підготовки і рівень зарплатні. У технологічно-науковому рівні двигунами можуть бути використання інноваційних технологій у оборонному комплексі, випуск нових видів продукції (дрони) та фінансова підтримка оборонно-промислового сектору з ЄС та США.

За допомогою SWOT-аналізу було оцінено сильні та слабкі сторони компанії, її можливості та загрози на існуючому ринку. Щоб досягти максимальної віддачі компанії, необхідно збільшити внутрішні потужності та зробити повну орієнтацію на оборонно-промисловий комплекс. Маркетингова політика може бути спрямована на розширення асортименту і пошуку нових партнерів, постачальників та клієнтів, оптимізацію і модернізацію сайту.

Згідно з численними оглядами та дослідженнями конкурентів у «Телекарт-Прилад» є найбільшою частку продажів здійснює держава. Серед конкурентів у B2B секторі найважливішими є: ТОВ «NIK-ELEKTRONIKA», ТОВ «СЕА ЕЛЕКТРОНІКС Україна», СП «Радміртех», ДП ВО «Київприлад».

За конкурентоспроможністю ТОВ «Телекарт-Прилад» займає друге місце серед лідерів ринку електровимірювальних приладів України (6,6<6,87). Компанія програє своєму основному конкуренту ТОВ «NIK-ELEKTRONIKA» за дизайном та зручністю сайту, іміджем, інформативністю сайту, широтою асортименту, фінансовими можливостями та стимулюванням попиту та рекламою. ДП ВО «Київприлад» є найслабшим конкурентом. Компанії слід попрацювати над своїм сайтом: змінити дизайн та інформативність. Також слід зайнятись укріпленням іміджу за допомогою реклами та PR-заходів.

Аналізуючи звіт про фінансові результати бачимо, що за останні 5 років ТОВ «Телекарт-Прилад» збільшує витрати на соціальні заходи, що дає позитивний відбиток на іміджі та обсягах продажу компанії.

Побудовано економіко-математичну модель та виявлено тісний зв'язок між річним обсягом реалізації продукції та річними витратами на соціальні заходи.

Було визначено напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємства та проведено відповідні розрахунки:

1. Співпраця з турецькою компанією «Baykar» та створення спільного Bayraktar, що підвищить впізнаваність компанії, підтримає довгострокові відносини з клієнтами та вплине на формування іміджу бренду як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Виробництво аналогового безпілота-камікадзе Шахед-136, який продаватиметься на національному та міжнародному ринку та принесе «Телекарт-Прилад» чистий прибуток у реалістичному прогнозі 19,2 млн грн. на рік.
2. Також рекомендується оптимізувати та оновити сайт компанії. Розроблено макет головної сторінки компанії. Розраховано вартість нового сайту (50 000 грн) та щомісячне обслуговування (20 500 грн).
3. Остання пропозиція – це відкриття ремонтно-конструкторського цеху військової техніки та озброєння, що є дуже важливим для України в сучасних умовах.

Прогнозований прибуток на 2023 рік тільки від продажу дронів-камікадзе, оптимізації сайту принесе компанії 18,904 млн. грн. прибутку.