

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра економіки підприємства

Допущено до захисту
завідувач кафедри
_____Янковий О. Г.
«_____» _____2016 р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
за напрямом підготовки економіка підприємства

за темою:

Шляхи підвищення конкурентоспроможності
підприємства прикладі ТОВ «Цемент»

Виконавець:

студент 44 групи ФЕУВ

Власюк Даря Дмитрівна

(прізвище, ім'я та по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

д. е. н., професор

(науковий ступінь, вчене звання)

Янковий Олександр Григорович

(прізвище, ім'я та по батькові)

/підпис/

Одеса 2016

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП.....	3
 РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи конкурентоспроможності підприємств...6	6
1.1. Визначенні та сутність конкуренції та конкурентоспроможності.....	6
1.2. Конкурентоспроможність підприємства: рівні, фактори, резерви.....	13
1.3. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємств.....	20
 РОЗДІЛ 2. Стан і шляхи підвищення конкурентоспроможності на ТОВ «Цемент».....	29
2.1. Коротка характеристика ТОВ «Цемент».....	29
2.2. Аналіз динаміки важливих факторів, що визначають конкурентоспроможність ТОВ «Цемент».....	35
2.3. Оцінка конкурентоспроможності на підприємстві (в порівнянні з аналогічними підприємствами у галузі)	48
 РОЗДІЛ 3. Резерви росту конкурентоспроможності підприємства аутсайдера.....	65
3.1. Резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства аутсайдера.....	65
 ВИСНОВКИ.....	77
Список використаних джерел.....	80
Додатки.....	84

ВСТУП

З самого зародження фірма набуває статусу конкурентоспроможної. Вона виходить на ринок, набуває економічної самостійності у вигляді ведення виробничо-господарської діяльності, визначає як і яку продукцію виробляти, якими ресурсами користуватися, кому збувати результат праці, та інше. Економічні закони свідчать про те, що при наявності високого попиту на продукцію, ринок наповняється виробниками, тобто фірмами, які в змозі також задовольняти існуючу потребу. Через існування такої дилеми – виникає постійна потреба підтримувати конкуренту позицію, конкурентоспроможність. Цей вислів означає компетентність підприємства порівняно з іншими конкурентами за усіма параметрами, а саме – технологія, практичні навички, професійність персоналу, освіченість у стратегічному та поточному плануванні діяльності, ефективна політика збуту, рівень управління, комунікації, якість продукції тощо.

Актуальність теми полягає в тому, що на сьогоднішній день в умовах загостреної конкуренції та перенасиченості ринку перед кожним керівником підприємства або організації виникає потреба в постійному пошуку шляхів управління конкурентоспроможністю, зумовлюється необхідність вивчення даної проблематики та розробки необхідних заходів для досягання певного конкурентного рівня на ринку, що є більшим за головних суперників. За останнє десятиліття перетворення в Україні спонукають підприємців все більше звертати увагу на положення серед конкурентів, через що управлінці намагаються знайти все більш ефективні, креативні шляхи вдосконалення підприємства, вкладаючи грошові кошти в різні сфери діяльності.

Метою роботи є закріплення теоретичних знань щодо конкуренції та конкурентоспроможності, висвітлення положення ТОВ «Цемент» на ринку цементної продукції шляхом зіставлення з конкурентами-виробниками, виявлення резервів та на підставі цього розробка необхідних та реальних завдань для підвищення рівня конкурентоспроможності.

Завдання дослідження:

1. Визначити сутність конкуренції як рушійної сили діяльності підприємства, надати визначення конкурентоспроможності та охарактеризувати її важливість;
2. Визначити рівні конкурентоспроможності, фактори, що впливають, можливі резерви, методи оцінки;
3. Надати характеристику діяльності ТОВ «Цемент», як досліджуваного підприємства;
4. Розрахувати основні техніко-економічні показники цементного підприємства, визначити головні фактори, що впливають на рівень конкурентоспроможності.
5. Порівнюючи з двома конкурентами, оцінити положення ТОВ «Цемент» на ринку експертним та таксономічним методами;
6. Виявити резерви конкурентоспроможності підприємства – аутсайдера;
7. Розробити дієві рекомендації, виявити шляхи підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Цемент».

Об'єктом випускної бакалаврської роботи є ТОВ «Цемент», на базі якого здійснюється дослідження, та його рівень конкурентоспроможності.

Предмет дослідження є фактичний стан використання ресурсів ТОВ «Цемент», що були обрані експертами як найбільш впливові на рівень конкурентоспроможності, та їх порівняння с аналогічними ресурсами двох підприємств-конкурентів. На основі виявлених резервів покращення їх використання, що і є шляхами підвищення конкурентоспроможності.

Методи дослідження. При написанні дипломної роботи були використані наступні методи дослідження: експертних оцінок, опитування споживачів, метод класичної, модифікованої та змішаної таксономії, порівняльний аналіз, економіко-математичний, абстрактно-логічний метод та розрахунково-конструктивний методи.

Інформаційна база дослідження. Навчальні посібники вітчизняних та зарубіжних авторів, монографії, депоновані наукові праці, матеріали періодичних видань, фінансові звітності ТОВ «Цемент», ПАТ «Волинь-Цемент» та ПАТ «ЮгЦемент» за 2012-2014 роки.

Структура і обсяг роботи. Бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (38 найменувань) та 2 додатків. Загальний обсяг бакалаврської роботи становить 87 сторінки комп'ютерного тексту, містить 32 таблиці та 6 рисунків.

ВИСНОВКИ

Метою даної випускної роботи було закріплення теоретичних знань щодо конкуренції та конкурентоспроможності, висвітлення положення ТОВ «Цемент» на ринку цементної продукції шляхом зіставлення з конкурентами-виробниками, використовуючи теоретично висвітлені методи оцінки рівня конкурентоспроможності, на основі результатів виявити резерви та розробити необхідні шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності.

У першому розділі було розглянуто теоретичні засади щодо конкуренції та конкурентоспроможності, наведено думки вітчизняних та зарубіжних авторів щодо визначення поняття «конкурентоспроможність», розкрито його складові: рівні, фактори, що впливають, резерви. Також розглянуто методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства. На основі висвітленої теорії була побудована інша частина роботи.

Об'єкт дослідження - одеський цементний завод. ТОВ «Цемент» це господарюючий суб'єкт економіки України, величезний виробник цементу в південному регіоні. У 2011 році став частиною великого міжнародного будівельного холдингу CRH Group, використовує новітні технології в розробці цементу, перейшовши на сухий метод виробництва у 2009 році. На сьогоднішній день виробнича потужність підприємства складає 0,5 млн. тонн цементу на рік.

У другому розділі також була поставлена мета проаналізувати господарську діяльність підприємства, як факторів, що впливають на рівень конкурентоспроможності. Було виявлено, що фірма має високий чистий дохід від реалізації продукції, позитивну тенденцію щодо збільшення операційного прибутку. Завдяки цьому за показниками рентабельності виробництва та реалізованої продукції також відзначається тенденція до зросту. Фондовіддача та матеріаломісткість вказують про гарне функціонування підприємства та мають тенденцію до зниження,

продуктивність праці збільшується. Через відсутність власного капіталу та функціонування за рахунок позикового, ТОВ «Цемент» є фінансову залежним та нестійким. Відзначено загальну збитковість підприємства через показник «інші витрати».

Конкурентоспроможність – це не іманентна якість, тобто вона може бути оцінена виключно у рамках груп підприємств однієї галузі. Доля вітчизняного ринку ТОВ «Цемент» складає лише 3,4%, у той час, коли лідер займає 22,8%. Тому у якості конкурентів для розрахунку рівня конкурентоспроможності було обрано ПАТ «ЮгЦемент» - за критерієм географічне положення, та ПАТ «Волинь-Цемент», як підприємство, що має схожі тенденції за фінансовими показниками.

Кожен з методів має свої переваги та недоліки, тому конкурентоспроможність розраховувалася за різними методами оцінки, а саме: метод кількісної оцінки ключових факторів успіху, багатокутник конкурентоспроможності, матриця БКГ, метод класичної, модифікованої та змішаної таксономії. Оскільки за основи розрахунків експертним методом та методом таксономії було обрані різні показники, то у результаті позиції лідера отримали різні підприємства. Одеське підприємство стабільно займає останнє місце та отримує позицію аутсайдера.

На основі оцінки було виявлено такі резерви: рентабельність реалізованої продукції, фондвіддача, коефіцієнт автономії – за таксономічним методом, та асортимент, обсяг реалізованої продукції, середня ціна, доля ринку, фінансові ресурси, імідж, виробнича потужність – за експертним методом. У ході даної роботи було визначено лише внутрішні резерви, тобто ті, на яких керівництво підприємства має вплив.

У результаті ретельного дослідження ринку та соціологічного опитування споживачів було виявлено, що підприємство має погану репутацію, що була зароджена ще у радянські часи. Саме такий факт зумовлює необхідність впроваджувати маркетингову політику щодо

підвищення іміджу та повернення довіри споживачів до місцевого виробника.

Ще одна проблема, з якою зіштовхується підприємство – це фальсифікат. Вирішення проблеми – голограмна позначка, як підтвердження оригінальності та якості продукті.

Експертами було встановлено позитивні та негативні прогнози щодо збільшення чистого доходу від реалізації продукції. На основі цих даних, через операційний леверидж, було розраховано прогнозований прибуток від операційної діяльності. Обидва варіанти є прийнятними для підприємства, оскільки капітальні вкладання є відносно невеликими, строк окупності капітальних вкладень значно менший за норму, що встановлена українським законодавством. Розрахувавши загальний річний ефект від впровадження двох заходів, було виявлено високу рентабельність заходів. Такі заходи значно підвисять імідж підприємства, його прибутковість.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чайнікова Л. Н. Конкурентоспроможність підприємства: навч.посібник / Л. Н. Чайнікова, В. Н. Чайніков – Тамбов: Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. — 192 с.
2. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: навч.посібн. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна – Київ: Центр учбової літератури, 2006. – 384 с.
3. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти [Електронний ресурс] : монографія / О. І. Драган – К.: ДАКККиМ, 2006. – 160 с. — Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua>
4. Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення / О. Г. Янковий. – О.: Атлант, 2013. – 470 с.
5. Смоленюк П. С. Формування і оцінка конкурентоспроможності товарної продукції / П. С. Смоленюк // Інноваційна економіка — 2012. — № 4(30). — С. 99-107.
6. Жарко І. В. Менеджмент ресторанного бізнесу [Електронний ресурс] : навч. посіб. / І. В. Жарко — Харків: Центр учбової літератури, 2008. — 267 с. — Режим доступу: <http://www.twirpx.com>.
7. Душенькіна Е. А. Економіка підприємства [Електронний ресурс] : Конспект лекцій / Е. А. Душенькіна — М.: Єксмо, 2009. — 160 с. — Режим доступу: <http://www.alleng.ru/d/econ/econ174.htm>.
8. Сисоєва Е. А. Фактори конкурентоспроможності підприємства: підходи та складові / Е. А. Сисоєва // Економіка та управління. — 2010. — № 12(73). — С. 283-287.
9. Красностанова Н. Е. Стратегічний аналіз і оцінка конкурентоспроможності промислового виробництва / Н. Е. Красностанова, П. С. Маковеев // Фінансова консультація. – 2001. – № 21 – 22. – С. 55-59.
10. Щербінін О. В. Управління резервами конкурентоспроможності машинобудівного підприємства / О. В. Щербінін. — СПб., 2004. — 20 с. Деп. в ИНИОН Рос. акад. наук 10.01.05.

11. Царьов В. В. Внутрішньофірмове планування / В. В. Царьов. – СПб.: Пітер, 2002. – 496 с.
12. Гриневецька Л. В. Резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства / Л. В. Гриневецька // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2009. – №38. – С. 249 – 252.
13. Кожухов В. І. Резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства / В. І. Кожухов – Саратов, 2008. – 24 с. – Деп. в ИНИОН Рос. акад. наук 29.12.08.
14. Ямненко Г. Є. Резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства / Г. Є. Ямненко // Формування ринкової економіки. – 2012. – № 27. – С. 125-133.
15. Левицька А. О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації / А. О. Левицька // Mechanism of Economic Regulation. – 2013. – № 4. – с. 155-163.
16. Яцковий Д. В. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства / Д. В. Яцковий // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – № 4(51). – С. 183-188.
17. Реутов В. Е. Управління конкурентоспроможністю: [монографія] / В. Е. Реутов, Н. З. Вельгош. – Сімферополь: Таврія, 2005. – 200 с.
18. Аналіз та розробка комплексу маркетингу / [авт. Тексту А. Епішкіна]. – Волгодонск. : МИФИ, 2013. – 44 с.
19. Акмаева Р. І. Стратегічний менеджмент: учбовий посібник / Р. І. Акмаева. – М.: Волтерс Клувер, 2010. – 432 с.
20. Миронов М. Г. Ваша конкурентоспроможність: [монографія] / М. Г. Миронов – Москва : Альфа-Пресс, 2004. – 159, [1] с.
21. Арутюнова Д. В. Стратегічний менеджмент [Електронний ресурс] / Д. В. Арутюнова – Таганрог : Вид-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с. – Режим доступу: http://www.aup.ru/books/m205/9_4.htm.

22. Сімкін Л. Практичний посібник з сегментації ринку [Електронний ресурс] / Ліндон Сімкін, Салли Дибб – Санкт-Петербург: Пітер, 2002. – 240 с. – Режим доступу: <http://www.marketing.spb.ru/lib-research/swot.htm>.
23. Лазаренко О. О. Етапи проведення аналізу конкурентоспроможності організації / О. О. Лазаренко // Молодий вчений. – 2014. – № 2. – С.479-484.
24. Сайт ТОВ «Цемент» [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.odessacement.com.ua/ru>.
25. Форма №1 «Баланс» за 2012 – 2014 роки.
26. Форма №2 «Звіт про фінансові результати» за 2012 – 2014 роки.
27. Форма 1-ПВ «Звіт з праці» за 2012 – 2014 роки.
28. Бутенко Т. А. Раціональне використання ресурсного потенціалу агропідприємств на основі удосконалення інформаційного забезпечення [Електронний ресурс] / Т. А. Бутенко, Ю. В. Синявіна // Ефективна економіка – 2015. – № 11. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4539>.
29. Луцька Т. В. Фактори конкурентоспроможності згідно процесного підходу до управління підприємством [Електронний ресурс] / Т. В. Луцька // Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського – 2010. – № 4. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/e-journals/PSPE/2010_4/Lutskaya_410.htm.
30. Пахомова І. Г. Недоліки обліку оплати праці [Електронний ресурс] / І. Г. Пахомова, Г. В. Арап // Науковий огляд – 2012. – № 2. – Режим доступу: <http://intkonf.org/index>.
31. Яблоков І. В. Фінансові потоки в транспортній логістиці [Електронний ресурс] / І. В. Яблоков // Менеджмент і маркетинг – 2011. – № 2. – Режим доступу: <http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download>.
32. Осипов В. І. Економіка підприємства: підручник / Осипов Василь Іванович. – К.: Одеса: Маяк, 2005. – 724 с.

33. Калюжний В. Я. Підвищення конкурентоспроможності підприємства / В. Я. Калюжний, Т. Л. Зубко // Економіка Менеджмент Бізнес. – 2015. – № 3 (13) – С. 127-133.
34. Портер М. Є. Конуренція: навч. посіб. / Портер М. Є.; пер. з англ. – М.: Видавничий дім «Вільямс», 2001. – 495 с.
35. Сайт ПАТ «ЮгЦемент», ПАТ «Волинь-Цемент» [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.dyckerhoff.com.ua>.
36. Томпсон-мл А. А. Стратегічний менеджмент: концепції та ситуації для аналізу, 12-е видання: Пер. з англ. // Артур А. Томпсон-мл, А. Дж. Стрикленд III – М.: Видавничий дім «Вільямс», 2006. – 918 с.
37. Янковий О. Г. Латентні ознаки в економіці / О. Г. Янковий – Одеса : Атлант, 2015. – 168 с.
38. Ромащенко І. Формування позитивного іміджу організації як складова професійних компетенцій маркетологів / Інна Ромащенко // Молодь і ринок. – 2011. – №5 (76) – С. 70-72.