

**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:

**Оцінка рівня конкурентоспроможності продукції на**  
**прикладі ТОВ «Цемент»**

**Виконавець:**

студент 44 групи ФЕУВ

Кравець Світлана Вячеславівна  
(прізвище, ім'я та по батькові) /підпис/

**Науковий керівник:**

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

Літвінов Олександр Сергійович  
(прізвище, ім'я та по батькові) /підпис/

**Одеса 2016**

## ПЛАН

<b>ВСТУП .....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ.....</b>	<b>5</b>
1.1. Поняття та сутність конкурентоспроможності продукції як економічної категорії.....	5
1.2. Фактори впливу на оцінку конкурентоспроможності продукції.....	14
1.3. Методика визначення рівня конкурентоспроможності продукції.....	20
<b>РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «ЦЕМЕНТ».....</b>	<b>28</b>
2.1. Загальна характеристика діяльності ТОВ «Цемент».....	28
2.2. Аналіз основних техніко-економічних показників діяльності ТОВ «Цемент».....	33
2.3. Аналіз конкурентоспроможності продукції ТОВ «Цемент».....	46
<b>РОЗДІЛ III. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «ЦЕМЕНТ».....</b>	<b>56</b>
3.1. Підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Цемент» за рахунок вдосконалення маркетингової кампанії.....	56
3.2. Ефективність оновлення номенклатури продукції за рахунок впровадження нової фасувальної лінії.....	62
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>70</b>
<b>Список використаних джерел.....</b>	<b>73</b>
<b>Додатки.....</b>	<b>78</b>

## ВСТУП

*Актуальність теми.* Глобалізація економіки призводить до великої кількості диференційованої продукції на ринку товарів та послуг. Загострення конкурентної боротьби поміж виробниками змушує шукати їх нові засоби впливу на рішення покупців. Одним з таких шляхів є створення товарів покращеного рівня якості. Тому, високонкурентне ринкове середовище зумовило необхідність аналізу рівня конкурентоспроможності продукції та впровадження шляхів її підвищення. В ринковій економіці категорія конкурентоспроможності є одною з ключових, оскільки її рівень визначає успіх або невдачу підприємства. Тому правильне розуміння поняття конкурентоспроможності продукції, її рівня є необхідною умовою досягнення успіху підприємством. Проблеми вивчення конкурентоспроможності складні та багатогранні. Свій вклад в розв'язання цих проблем внесло багато зарубіжних та вітчизняних вчених, які займалися теоретичними та методичними аспектами вивчення конкурентоспроможності продукції.

*Метою випускної бакалаврської роботи* є вивчення поняття конкурентоспроможності продукції, здійснення дослідження рівня конкурентоспроможності цементу Одеського цементного заводу ТОВ «Цемент» та розробка заходів щодо її підвищення.

У відповідності з метою необхідно вирішити *наступні завдання*:

- визначити поняття конкуренції та її взаємозв'язок з конкурентоспроможністю;
- розглянути поняття та сутності конкурентоспроможності продукції;
- визначити фактори конкурентоспроможності продукції;
- розглянути методи визначення рівня конкурентоспроможності продукції;
- розглянути загальну характеристику ТОВ «Цемент»;
- проаналізувати господарську діяльність ТОВ «Цемент»;
- провести аналіз конкурентоспроможності продукції ТОВ «Цемент»;

- запропонувати рекомендації щодо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства;
- оцінити економічну ефективність запропонованих заходів підвищення рівня конкурентоспроможності продукції.

*Об'єктом* роботи є процес оцінки конкурентоспроможності продукції ТОВ «Цемент».

*Предметом* дослідження є методичні питання оцінки рівня конкурентоспроможності продукції.

*Методи дослідження.* При написанні даної роботи були використані такі методи як теоретичного узагальнення, наукових абстракцій, порівняння та логічного узагальнення, економіко-статистичні методи.

*Інформаційна база дослідження.* Дана робота базується на теоретичних і законодавчо-нормативних джерелах, а також на періодичних наукових публікаціях українських та зарубіжних вчених, присвячені дослідженню даної теми. Для аналізу господарської діяльності підприємства використовуються звітні документи ТОВ «Цемент» за 2012-2014 роки: форма №1 (баланс), форма №2 (звіт про фінансові результати підприємства), форма №1-ПВ (звіт з праці).

*Наукова новизна* роботи полягає в теоретичному узагальненні системи факторів конкурентоспроможності продукції. *Практичне значення* роботи полягає в розробці методичного забезпечення оцінки рівня конкурентоспроможності продукції. Результати дослідження *апробовані* на науково-практичних конференціях, прийнято участь у конкурсі студентських наукових робіт та здобуто диплом I ступеня, та *опубліковані* в наукових статтях.

*Структура і обсяг роботи:* випускна бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (50 найменувань) та 2 додатків. Загальний обсяг бакалаврської роботи становить 77 сторінки комп'ютерного тексту, містить 33 таблиці та 6 рисунків.

## ВИСНОВКИ

В результаті дослідження оцінки рівня конкурентоспроможності продукції в випускній бакалаврській роботі було отримано наступні висновки:

1. Визначити поняття конкуренції та її взаємозв'язок з конкурентоспроможністю. Були наведені різні підходи до визначення таких понять як «конкуренція» та «конкурентоспроможність».

2. Розглянули поняття та сутність конкурентоспроможності продукції. Визначили фактори конкурентоспроможності продукції та розглянули їх класифікацію відповідно до трактувань різних вчених. Конкурентоспроможність продукції – це здатність продукції бути привабливішою для покупця в порівнянні з іншими виробами аналогічного виду й призначення, завдяки кращій відповідності її якісних і вартісних характеристик вимогам ринку й споживчим оцінкам.

3. Розглянули методи визначення рівня конкурентоспроможності продукції. Виокремили вимоги до методу оцінки рівня конкурентоспроможності продукції. Обрали два зручних методи для дослідження конкурентоспроможності продукції ТОВ «Цемент».

4. Розглянули загальну характеристику діяльності ТОВ «Цемент». Одеський цементний завод розпочав свою роботу в 1965 році. Так як регіон знаходиться далеко від найбільш промислово розвинених районів країни, завод був побудований для того, щоб задовольнити місцевий попит на цемент, маючи, тому, обмежену виробничу потужність. У 2011 році Одеський цементний завод став частиною великого міжнародного будівельного холдингу CRH Group. В даний час ТОВ «Цемент» є одним з найсучасніших підприємств галузі, яке пропонує продукцію високої якості, бореться з реалізацією фальсифікованого цементу на українському ринку, а також буде тісні взаємовигідні та засновані на довірі відносини зі своїми клієнтами.

5. Проаналізували загальні техніко-економічні показники господарської діяльності ТОВ «Цемент». Аналіз господарської діяльності показує, що підприємство має високий чистий дохід, добрі фінансові результати від операційної діяльності. Проте через інші фінансові витрати, про склад яких ми не знаємо, підприємство має на балансі збиток. Рентабельність виробництва та реалізованої продукції, має добрі показники, що мають тенденцію до росту. Собівартість та витрати на 1 грн реалізованої продукції також мають тенденцію до зниження. Показники фондівдачі та матеріалівдачі також показують про нормальне функціонування підприємства. Фондомісткість та матеріаломісткість тримають тенденцію до зниження. Продуктивність праці збільшується, все це показує про стабільну позитивну господарську діяльність підприємства. Проте відсутність власного капіталу та функціонування за рахунок позикового, вказує на фінансову залежність та не стійкість.

6. Розглянули продуктивний портфель за допомогою матриці БКГ підприємства та визначили, що ПЦ П/А-Ш-400 потребує більше детального аналізу. Розглянули конкурентоспроможність продукції на прикладі даного цементу Одеського цементного заводу та порівняли з відповідними цементами інших заводів, які представлені на Одеському ринку цементу. Для визначення конкурентоспроможності ми обрали таксономічний метод; до факторів віднесли фактор якості (технічних характеристик цементу), фактор ціни та фактор іміджу.

Провівши оцінку конкурентоспроможності цементу ТОВ «Цемент», в роботі було з'ясовано, що цемент складає гідну конкуренцію іншим, проте не перевершує їх. Серед трьох обраних для дослідження цементів, одеський цемент в рейтингу за конкурентоспроможністю продукції посягає 2-е місце.

Основною проблемою ТОВ «Цемент», на нашу думку, є погана репутація серед споживачів, що обумовлює необхідність проводити заходи щодо підвищення саме іміджу підприємства.

7. В роботі були запропоновані шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності продукції ТОВ «Цемент», такі як розширення маркетингової діяльності підприємства та ребрендинг, та впровадження нової фасувальної лінії цементу тарою 1,5 тонни. Вибір даних заходів обумовлен недостатнім рівнем іміджу серед споживачів, а також низькою долею одеського цементного заводу в загальному ринку цементу в Україні.

8. При впровадженні даних заходів підприємство отримає позитивний ефект. Експертами спрогнозовано два варіанти розвитку – за найгірших умов чистий дохід збільшиться на 5%, за найкращих – на 10%. Оскільки абсолютна відносна зміна прибутку досить велика, а вартість запропонованих заходів досить низька, ТОВ «Цемент» отримає великий позитивний ефект, а термін окупності незначний.

### Список використаних джерел

1. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001р. № 2210-III// Відомості Верховної Ради України. – 2001. – №12.
2. Гетьман О.О. Економіка підприємства: навч. посібник / Гетьман О.О, Шаповал В. М. - 2-ге вид. - К.: Центр учбової літератури, 2010. - 488 с.
3. Горлачук В.В. Економіка підприємства: навч. посіб. /В.В. Горлачук, І.Г. Яненко. - Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. - 344с.
4. Губський Б.В. Інвестиційні процеси в глобальному середовищі.– К.: Наукова думка, 1998. – 390с.
5. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підруч. / О. С. Іванілов — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 728 с.
6. Івахненко В. Курс економічного аналізу. - К.: Знання-Прес, 2000.- 207с.
7. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб./ С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко– К.: КНЕУ, 2008-520 с.
8. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко, А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
9. Мазілка Є.І. Управління конкурентоспроможністю / О.І. Мазілка, Г.Г. Панічка . - М .: Омега-Л , 2009. - 325 с.
10. Осипов В. І. Економіка підприємства : Підручник для студ. вищих навчальних закладів / В. І. Осипов ; Одеський держ. економічний ун-т. - О. : Маяк, 2005. - 724 с.
11. Акулич, М.В. Анализ конкурентоспособности продукции в аспекте взаимоотношений с потребителями / М.В. Акулич // Маркетинг. — 2003. — № 6(73). — С. 106 — 112.



12. Алексеев В. А. К вопросу о качестве цементов / Алексеев В. А., Баженова С. И. //Будівельні матеріали, вироби та санітарна техніка. – 2013. – №. 49. – С. 10-12.
13. Бокій В. І. Про механізм формування конкурентоспроможності продукції промислового підприємства / Бокій В. І., Бондаренко С. М. //Економіст. – 2001.
14. Ван Д. Оптимизация технологии упаковочной тары /Ван Д.// Цемент. – 2014. – №. 4. – с. 63-65.
15. Гарачук Ю.О. Підвищення ефективності діяльності підприємствами за рахунок управління конкурентоспроможністю / Гарачук Ю.О.// Актуальні проблеми економіки: Науковий економічний журнал. К.: ВНЗ «Нац. акад. упр.» (Україна), 2008, №2. с. 60-65.
16. Грошев И. В. Ребрендинг – «лекарство» для здоровья бренда / Грошев И. В., Краснослободцев А. А.//Маркетинг в России и за рубежом. – 2012. – №. 3. – С. 89.
17. Гукова А. В. Ребрендинг: сущность и инструментарий / Гукова А. В., Патуева В. В.//Известия Волгоградского государственного технического университета. – 2009. – Т. 4. – №. 8.
18. Дзюбіна К. О. Проблеми застосування матричних методів стратегічного планування діяльності машинобудівного підприємства / К. О. Дзюбіна // Вісник ЖДТУ - 2008. - № 3 (12). - С. 17-22.
19. Жучкова Г. А. Конкурентоспроможність продукції та конкурентний статус підприємства / Жучкова Г. А.//Регіональні перспективи. – 2000. – №. 1. – С. 85-87.
20. Заєць М. А. Показники та критерії підвищення конкурентоспроможності продукції промислового підприємства / Заєць М. А., Рубанова М. В. //Труды Одесского политехнического университета. – 2009. – №. 1. – С. 221-224.

21. Істірян Г.П. Конкуентоздатність: методика вимірювання та оцінки/ Істірян Г.П. //Легка промисловість, 2007. №4. с. 12-14.
22. Крейнина М.Н. Операционный левередж как инструмент планирования прибыли от продаж / Крейнина М.Н // Финансовый менеджмент. – 2002. - №1
23. Кривешко О. В. Чинники формування конкурентоспроможності підприємств та кластерів / О. В. Кривешко, П. В. Сідун // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2011. – № 720 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 180–188. – Бібліографія: 12 назв.
24. Кучер В. Управління конкурентоспроможністю продукції підприємства на основі регулювання якості / Кучер В. // Вісник національної академії державного управління при Президентові України: Науковий журнал. К.: НАДУ (Україна). 2006, №2. с. 210-215.
25. Литвинова В. А. Современные проблемы систематизации методов оценки конкурентоспособности продукции / Литвинова В.А. // Теорія та практика розвитку інноваційної економіки: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. У 2-х частинах.– Одеса : ГО «Центр економічних досліджень та розвитку», 2011.– Ч.1.– С. 42 – 45.
26. Літвінова В. О. Проблеми класифікації факторів конкурентоспроможності продукції/ Літвінова В. О. – 2011.
27. Масляєва О. О. Економічна сутність категорії „конкурентоспроможність”: дефініція та систематизація / О. О. Масляєва. // Ефективна економіка. - 2011. - № 10.
28. Олексенко Р. І. Функції та роль маркетингу в сучасних умовах господарювання / Олексенко Р. І., Краскова І. О., Поліщук М. М. //Ефективна економіка. – 2011. – №. 11.

29. Родионова Л. Н. Оценка конкурентоспособности продукции / Родионова Л. Н., Кантор О. Г., Хакимова Ю. Р. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – №. 1. – С. 63-77.

30. Рожков В.О. Оцінка резервів зростання конкурентоспроможності підприємства / В.О. Рожков // Економічний простір: Збірник наукових праць. - Дніпропетровськ: ПДАБА, 2009. - № 21. - С. 220-226.

31. Трещов М.М. Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції / Трещов М.М. // Економічний простір. – 2009. – №. 23/1. – С. 118-126.

32. Трубилин А. Конкурентоспособность - главный фактор эффективного производства. / Трубилин А. // АПК: экономика, управление. - 2002. - №12. - С.39-46.

33. Фатхутдинов Р. Стратегическая конкурентоспособность и экономика России / Фатхутдинов Р. // Общество и экономика. – 2003. - № 1. – С. 31-43

34. Хоменко Я. В. Фактори конкурентоспроможності підприємств металургійної галузі в умовах глобалізації / Я. В. Хоменко, О. С. Резнікова // Академічний огляд. - 2013. - № 2. - С. 154-161.

35. Цигилик І. І. Економічний аналіз господарської діяльності підприємства / Цигилик І. І., Кірдякіна Н. В., Бибики Я. Р. // К.: Центр навчальної літератури. – 2004. – Т. 124. – С. 30.

36. Швиданенко О.А. Сучасні критерії конкурентоспроможності: ефективність та інноваційність / Швиданенко О.А. // Актуальні проблеми економіки. – 2003. - №8. – с. 145-153.

37. Шевченко О. Л. Якість і конкурентоспроможність продукції, їх місце в стратегії маркетингу / Шевченко О. Л. // Стратегія економічного розвитку України: Наук. зб. Вип. – 2001. – Т. 4. – С. 208-216.

38. Юрчишена Л. В. Аналіз ефективності використання основних засобів на підприємстві / Юрчишена Л. В., Волинець С. М. // Ефективна економіка. – 2011. – №. 8.

39. Аналіз та розробка комплексу маркетингу / [авт. Тексту А. Епішкіна ]. – Волгодонск. : МИФИ, 2013. – 44 с.
40. Бондаренко С. М. Рейтингове управління конкурентоспроможністю продукції промислових підприємств (на прикладі взуттєвого виробництва): дис. канд. Економ. наук : 08.06. 01 / С. М. Бондаренко. – К., 2002. – 258 с.
41. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство / Пер. с англ. под ред. А.Н. Романова. – М.: ЮНИТИ ДАНА, 2002
42. Козырева С. М., Колчерина В. В. Современные инструменты финансового менеджмента: золотое правило финансирования // Актуальные вопросы экономических наук. 2013. №29-2. URL
43. Лепа Р. Н. Методи оцінки і аналізу конкурентоспроможності продукції : дис. – ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06. 02/РН Лепа.– Донецьк, 1998.– 21 с.
44. Библиотека юного исследователя [Электронный ресурс]/ Человек в процессе научного познания. – Режим доступа: <http://www.nplit.ru/books/item/f00/s00/z0000030/st025.shtml>
45. Бондаренко А.К. Порівняння методів оцінки конкурентоспроможності продукції [Електронний ресурс] / А.К. Бондаренко // - Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/306>
46. Литвинова В. А. Таксономический анализ как метод оценки конкурентоспособности продукции [Электронный ресурс] / Литвинова В.А. – 2012. – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua>
47. Лозовик Д. Б., Баранець С. О. шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції [Електронний ресурс ] – Режим доступу: [.http://www.kdu.edu.ua/statti/2006-5-1\(40\)/140.pdf](http://www.kdu.edu.ua/statti/2006-5-1(40)/140.pdf)
48. Сайт ТОВ «Цемент» [Електронний ресурс ] – Режим доступу: <http://www.odessacement.com.ua/ru>