

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра менеджменту організацій та ЗЕД

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

“ ___ ” _____ 20__ р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 073 Менеджмент

за темою:

Управління конкурентоспроможністю підприємства ТОВ «Белста»

Виконавець

Студентка **факультету економіки**

управління підприємництвом

Герасименко Оксана Олегівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

к.е.н., викладач

(науковий ступінь, вчене звання)

Анохіна Катерина Олександрівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2017

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ I Теоретичні основи формування конкурентоспроможності підприємства.....	5
1.1. Сутність поняття конкурентоспроможність.....	5
1.2. Чинники, що визначають конкурентоспроможність підприємства..	9
1.3. Оцінка конкурентоспроможності підприємства.....	16
Висновок до I розділу.....	23
Розділ II. Оцінка управління конкурентоспроможністю ТОВ «Белста»..	25
2.1. Загальна характеристика та аналіз фінансових показників підприємства ТОВ «Белста».....	25
2.2. Оцінка конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Белста».....	41
2.3. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Белста».....	60
Висновок до II розділу.....	79
Висновки.....	82
Список використаної літератури.....	85

Вступ

В останній час, в умовах зростання світової фінансової кризи, спостерігається зростання зацікавленості до поняття конкурентоспроможності. Конкуренція розвивається високими темпами, що спонукає товаровиробників та інших суб'єктів підприємницької діяльності більше уваги приділяти просуванню товару на ринку, здійснювати ефективну маркетингову діяльність, а також управлінську та збутову. Конкуренція, будучи механізмом суперництва, змушує товаровиробників змагатися за свого споживача, за кращі умови на ринках збуту, за захоплення певної долі ринку та отримання відповідного прибутку.

Конкуренція – це боротьба товаровиробників за ринки збуту та споживачів для забезпечення нормального функціонування підприємства на ринку та отримання прибутку. Велике різноманіття товарів дає споживачеві право вибору того чи іншого товару за кращою ціною, тому завданням товаровиробників є надання таких характеристик товару, які б найкраще задовольнили потреби клієнтів.

Актуальністю дипломної роботи є те, що багато товаровиробників не приділяють достатню кількість уваги якості виготовленої продукції, що є одним з найважливіших чинників діяльності будь – якого підприємства. В даний час актуальним є завдання щодо вдосконалення та підвищення рівня конкурентоспроможності товарів та послуг, а також підприємства в цілому. Важливим є не лише досягнення переваги над конкурентами, а також утримання захоплених позицій на ринку, що в умовах змінності ринку є нелегким завданням. Для досягнення та утримання вигідних позицій підприємства мають постійно вдосконалювати структуру управління та шукати більш вигідні шляхи управління маркетинговою діяльністю.

Метою дипломної роботи є вивчення конкурентоспроможності підприємства на прикладі ТОВ «Белста», виявлення та вивчення сильних та слабких сторін підприємства та визначення шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Завданням дипломної роботи є вивчення наступних питань:

- дослідження теоретичних основ поняття конкурентоспроможності;
- вивчення чинників, що впливають на конкурентоспроможність підприємства;
- вивчення методів оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- аналіз показників фінансової діяльності;
- дослідження рівня конкурентоспроможності ТОВ «Белста»;
- визначення шляхів підвищення конкурентоспроможності та їх реалізація.

Об'єктом вивчення є підприємство ТОВ «Белста».

Предметом вивчення є процес управління конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Белста».

Питанням конкурентоспроможності займаються як закордонні, так і вітчизняні дослідники. В науковій літературі цей термін з'явився завдяки роботам Адама Сміта, котрий ввів це поняття. Дослідженням конкурентоспроможності займалися М. Портер, Д. Рікардо, А. Маршал, Дж. Робінсон та інші.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання її результатів для покращення діяльності підприємства.

Висновки

В даній дипломній роботі ми розглянули теоретичні аспекти конкурентоспроможності, поняття та сутність конкурентоспроможності товару та організації, навели приклади чинників, що впливають на конкурентоспроможність, а також методи оцінки конкурентоспроможності.

Конкуренція – це боротьба товаровиробників за місце на ринку, за клієнта на національних та світових ринках для забезпечення нормального функціонування компанії та ведення бізнесу, а також для отримання максимально можливого прибутку. Через конкуренцію виробники мають вплив один на одного. Боротьба за кожного споживача примушує виробників знижувати ціни, підвищувати якість продукції, вдаватися до досягнень науково-технічного прогресу та мінімізувати витрати виробництва. Складні умови існування змушують виробників шукати нові шляхи для вдосконалення продукції. Як результат клопіткої праці, підвищується продуктивність, витрати знижуються і підприємство має змогу знизити ціни. Конкуренція спонукає до постійного вдосконалення та розширення асортименту продукції. Покупець виграє в тому, що може придбати високоякісну продукцію за сприятливою ціною.

Ми проаналізували фінансовий стан підприємства ТОВ «Белста» та визначили, що підприємство є прибутковим, ліквідним та платоспроможним. Про це свідчать розраховані у представлених таблицях показники. Аналіз показників показав стабільне зростання чистого доходу за досліджуваний період на 21,9 %. За рахунок підвищення адміністративних, інших операційних витрат та собівартості продукції спостерігається зниження чистого прибутку на 10,9%. Аналіз коштів на оплату праці показав, що на підприємстві мають місце перевитрати заробітної плати, що свідчить про наявність резервів зниження собівартості продукції.

Аналіз використання оборотних коштів на підприємстві показав, що значення коефіцієнту за досліджуваний період зросло на 1,8 одиниць. Можна зробити висновок, що на підприємстві спостерігається зростання оборотності

активів, що свідчить про те, що капітал обертається скоріше. Показник рентабельності оборотних коштів показав щорічне зростання, що свідчить про те, що підприємство в змозі отримувати прибуток від основної діяльності.

Проаналізувавши конкурентоспроможність підприємства ТОВ «Белста», ми визначили найближчих конкурентів та провели їх порівняльну характеристику. На основі опрацьованих даних та отриманих результатів ми побачили «слабкі місця» нашого підприємства. «Слабке місце» представлене відсутністю відділу маркетингу і, як наслідок, відсутністю ефективної маркетингової програми для просування продукції на ринку.

Нами було проведено PEST – аналіз, та визначено, що найбільшу кількість уваги слід приділяти діючому законодавству України, в силу того, що сировина для нашої продукції імпортується, а також частину товару ми експортуємо за кордон. Стабільність курсу валют та рівень інфляції також потребують контролю для виключення форс – мажорних обставин на підприємстві, пов'язаних зі сплатою рахунків. Нами було визначено, що необхідний постійний контроль конкурентів, а саме а рівнем собівартості їх продукції та впровадження нових технологій.

За допомогою SNW – аналізу ми дійшли висновку, що організація володіє характеристиками, які цілком можуть бути її сильними сторонами. Звідси випливає, що підприємство є конкурентоспроможним, але для закріплення положення на ринку необхідно розвиватися у всіх напрямленнях, вдосконалюватися та нарощувати виробничі потужності. Також слід приділити більше уваги системі маркетингу та рекламі підприємства, що допоможе розширити коло споживачів.

Дослідивши SWOT – аналіз підприємства ми визначили шляхи нейтралізації слабких сторін та зовнішніх загроз підприємства. В якості підвищення конкурентоспроможності підприємства нами було запропоновано створення електронного каталогу товарів, а також формування та реалізація ефективної маркетингової стратегії для утримання

клієнтів від переходу до конкурентів, а також зміцнення позицій підприємства на ринку.

На основі вивчених даних ми визначили канали маркетингових досліджень та за допомогою цього виробили маркетингову стратегію. Рекламувати продукцію ми пропонуємо в мережі Інтернет, на радіо, в журналах та за допомогою е – mail розсилки. За допомогою проведених розрахунків ми виявили найбільш підходящі нам ЗМІ та з'ясували, що загальні витрати на рекламу на один календарний рік становитимуть 385400 грн.

Розроблена нами маркетингова програма показала зростання валового прибутку підприємства на 2,3%. Ми зробили висновок, що маркетингова програма є економічно доцільною.

Список використаної літератури

1. Шершньова З. Є. Стратегічне управління / Зоя Євгенівна Шершньова. – Київ, 2004. – 700 с.
2. Пригожин А. Организационная диагностика / Пригожин Аркадій Ілліч. – Маркетинг. – 1997. – № 4. – С. 98– 105
3. Портер М. Конкуренція / Майкл Портер. – М. : Видавничий дім «Вільямс», 2001. – 495 с.
4. Мазилкіна О. І. Управління конкурентоспроможністю / О. І. Мазилкіна, Г. Г. Паничкіна., 2009. – 325 с.
5. Олив'є А. Академія ринку: Маркетинг / А. Оливье, А. Дайан, Р. Урсе; [пер. з франц. А. Дайан, Ф. Буккерель, Р. Ланкар та інші.]. – М. : Економіка, 1993. – 512 с.
6. Бондаренко С. Про механізм формування конкурентоспроможності продукції промислового підприємства / С. Бондаренко, В. Бокій // Економіка підприємств. – 2001 – № 9.
7. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник– Львів. Національний університет "Львівська політехніка", "Інтелект-Захід". – 2002. – 344 с.
8. Отенко І. П. Управління конкурентними перевагами підприємства: наукове видання / І. П. Отенко, Є. О. Полтавська. – Харків: ХНЕУ, 2005.– 212 с.
9. Макаренко М. В. Технологія управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / Микола.Вікторович. Макаренко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. - № 4. – С. 114-119.
10. Блонська В. І. Вдосконалення конкурентоспроможності та підвищення ефективності діяльності підприємства внаслідок ефективного управління / В. І. Блонська // Науковий вісник НЛТУ. – 2010. – Вип. 20. – С. 174-179.
11. Мескон М. А. Основи менеджменту / М. А. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі., 2003. – 251 с.

12. Краюхін Г. А. Методика аналізу діяльності підприємств в умовах ринкової економіки / Григорій Афанасійович Краюхін., 2003. – 346 с.
13. Виханский О.С. Менеджмент./ О.С. Виханский, О.М. Наумов М.: "Вища школа", 2002. - 234 с.
14. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: ukrstat.gov.ua.
15. Маркетингове дослідження ринку взуття України [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://marketing.vc>.