

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки підприємства та організації
підприємницької діяльності

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Янковий О.Г.

“ _____ ” _____ 2017 р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра

зі спеціальності Економіка підприємства

за темою:

Оцінка рівня конкурентоспроможності продукції підприємства
(на прикладі ТОВ «Цемент»)

Виконавець

Студент факультету економіки та
управління підприємництвом

Журжи Микола Георгійович

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

Науковий керівник

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Літвінова Вікторія Олександрівна

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

Одеса 2017

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Поняття та сутність конкурентоспроможності продукції та оцінка її рівня	5
1.1 Конкурентоспроможність продукції як економічна категорія	5
1.2 Фактори конкурентоспроможності продукції	11
1.3. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції	15
РОЗДІЛ 2. Аналіз економічних показників діяльності підприємства ТОВ «Цемент»	30
2.1. Загальна характеристика діяльності підприємства	28
2.2 Аналіз основних техніко - економічних показників діяльності підприємства	33
2.3 Аналіз конкурентоспроможності продукції ТОВ «Цемент»	52
РОЗДІЛ 3. Розробка конкретних рекомендацій та пропозицій для підприємства ТОВ «Цемент»	59
3.1. Використання альтернативних джерел енергії для виробництва цементної продукції з ціллю підвищення конкурентоспроможності	59
3.2 Підвищення іміджу підприємства ТОВ «Цемент» як одного з факторів конкурентоспроможності продукції	68
ВИСНОВКИ	80
СПИСОК ВИКОРИСТЕНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	84

ВСТУП

На сьогоднішній момент дослідження конкурентоспроможності є одним із основних напрямків дослідження умов існування та розвитку ринку. Посилення конкуренції між підприємствами на різних ринках товарів та послуг поставило питання про дослідження основних характеристик конкурентоспроможного розвитку підприємств та продукції, визначення факторів, які впливають на даний показник і пошук можливостей для підвищення конкурентоспроможності продукції. Сучасна ситуація на ринку зумовлює товаровиробників звертати свою увагу на конкурентоспроможність продукції, адже вона показує яке саме місце займає товар на ринку серед інших аналогічних товарів і вказує наскільки продукція підприємства приваблива для споживачів.

Мета даної роботи полягає в дослідженні діяльності підприємства ТОВ «Цемент» та на його основі визначити та оціни рівень конкурентоспроможності продукції.

Основні завдання дослідження полягають в таких аспектах як:

- Визначення поняття та сутності конкурентоспроможності продукції як економічної категорії
- Дослідження основних факторів конкурентоспроможності продукції
- Аналіз основних методів оцінки конкурентоспроможності продукції
- Аналіз діяльності підприємства ТОВ «Цемент» в період 2013-2015 років
- Визначення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Цемент» на ринку відносно інших аналогічних товарів конкурентів

- Розробка заходів, які підвищать рівень конкурентоспроможності продукції цементного підприємства на ринку серед конкурентів

Об'єктом дослідження роботи виступає підприємство ТОВ «Цемент», що належить ірландської компанії CHR.

Предметом дослідження виступає конкурентоспроможність продукції, основні фактори, що на неї впливають та заходи щодо підвищення даного показника.

Методами дослідження, які присутні в роботі є метод порівняння, метод спостереження, метод аналізу рядів динаміки показників, експертний метод.

Інформаційна база дослідження являє собою наукові статті та збірники професорів та кандидатів економічних наук, які є одними із основних спеціалістів в області дослідження конкурентоспроможності продукції такі як Іваненко С.В., Літвінова В.О., Ермолов М.О., Циганюк О.О., Троян А.В., та інших, дослідження також базується на щорічній документації ТОВ «Цемент» за період 2013 – 2015 років (баланс підприємства або форма №1, форма №2, форма 1П-НПП).

Бакалаврська робота має обсяг в 90 сторінок і складається зі вступу, трьох розділів, висновку та список використаних джерел (Збнайменувань). В роботі міститься 22 таблиць та 11 рисунків.

ВИСНОВКИ

Конкурентоспроможність як економічна категорія виражає функціональний результат використання факторів дій конкурентів на різних рівнях і сегментів ринків.

Конкурентоспроможність продукції – це комплексна оцінка здатності конкретної продукції (товару) відповідати вимогам даного зовнішнього ринку в певний період часу, що визначається сукупністю властивостей продукції, а також умовами її продажу та споживання в даному регіоні (країні), що забезпечують можливість реалізації товару на взаємовигідних для продавця і покупця умовах.

Процес дослідження формування конкурентоспроможності продукції у сучасних умовах неможливий без аналізу факторів, що впливають на конкурентоспроможність продукції. Встановлення факторів, що підвищують конкурентоспроможність, так званий факторний аналіз, - важливий момент у діяльності підприємств - виробників і підприємств-продавців.

Фактор виступає в вигляді рушійної сили яка зумовлює собою зміни в позиціях товару на ринку, тобто завдяки впливу факторів товар на ринку може або набувати або втрачати свої переваги перед іншими товарами, що задовольняють ті ж групи потреб.

Усі економічні системи функціонують під впливом різних, незлічених факторів (економічних, політичних, соціально-культурних та інших). Діяльність одних може значно вплинути на діяльність, результат якогось процесу або явища, а вплив інших може взагалі бути незначним. Але слід зауважити, що зміна навіть незначного фактору на діяльність якогось об'єкта може привести до нового кінцевого результату, тобто, наприклад, зміна якогось фактору на виробництві може суттєво змінити якісні характеристики товару, наприклад підвищення або зниження собівартості продукції, що однозначно вплине на конкурентоспроможність продукції.

Усі існуючі в практиці методики і методи оцінки конкурентоспроможності різних об'єктів можна класифікувати по двом основним критеріям:

3. По степені об'єктивності (суб'єктивності) результатів оцінки
4. По критерію оцінки: якісна або кількісна.

Кількісні методи оцінки конкурентоспроможності включають суб'єктивні методи експертних оцінок, основаних на інтуїції, баченні, професіоналізмі експерта (оцінка конкурентної сили компанії по методу А. А. Томпсона та Дж. Стрикленда); а також об'єктивні розрахункові і розрахунково – графічні методи (диференціальні, комплексні).

До якісних методів можна віднести: об'єктивні моделі оцінки конкурентних сил й ціннісні ланцюжки (п'ятифакторна модель, багатокутник конкурентоспроможності, «ромб», модель споживчої задоволеності Кано та інші.); моделі стратегічного аналізу (STEP – аналіз, SWOT– аналіз); суб'єктивні матричні методи (матриці БКГ, GE/McKinsey, ADL).

Об'єктивність розрахункових методів можна об'яснити тим, що для розрахунку рівня конкурентоспроможності того чи іншого об'єкта використовується широкий перелік різних оцінювальних критеріїв, на основі котрих по фактичним даним проводиться розрахунок одиничних, групових, інтегральних показників конкурентоспроможності.

Одеський цементний завод – один із найбільший промислових виробників цементу в південному регіоні. Він почав свою роботу в 1965 році. Завод був побудований для того, щоби задовольнити локальний попит на цемент, оскільки Одеська область знаходиться далеко від промислово розвинутих районів крани. Дане підприємство розташовано в місті Одеса, на вулиці Хутірська,70.

В 2011 році 51% акції підприємства були придбані швейцарською компанією Jura-Cement-Fabriken, що входить до складу ірландського

будівельного холдингу CementRoadstoneHoldings (CRH) й на даний час завод повністю підпорядкований цій компанії.

Головним видом діяльності ТОВ «Цемент» є виробництво цементу.

Підприємство пропонує такі наступні види продукції:

5. Цемент со шлаком II / А-Ш-500;
6. Портландцемент со шлаком II / А-Ш-400;
7. Портландцемент со шлаком II / Б-Ш-400;
8. Сульфатостойкий шлакопортландцемент СС ШПЦ 400-Д60.

В період, що був аналізований, підприємство ТОВ «Цемент» можна зробити висновок, що підприємство має здебільшого позитивні тенденції відносно основних техніко – економічних показників. Це говорить про те, якщо підприємство продовжить в такому напрямку та обов'язково відмовиться від неефективної фінансової діяльності, то в майбутньому може надалі працювати як конкурентоспроможне підприємство. Слід зазначити, що підприємство має значні збитки від загальної діяльності через невдалу фінансову політику.

Основні переваги (сильні сторони), якими володіє ТОВ «Цемент»:

- Підприємство давно представлено на ринку й має свою нішу на ньому
- Підприємство активно приймає участь в екологічних заходах
- Безліч потенційних каналів розподілу й збуту продукції
- Транспортний залізничний вузол швидко та ефективно транспортує сировину та готову продукцію та вихід к морю
- Висока рентабельність продукції
- Високі темпи росту реалізованої продукції й результату від операційної діяльності та інших показників
- Належить стабільній міжнародній компанії

Основні параметри за якими програє товар підприємства ТОВ «Цемент» лідеру Düscherhoffe витрати чистої суміші, час захоплення, де товар є найменш конкурентоспроможним та ступінь покриття каналів збуту. По

таким показникам як морозостійкість, ціна, імідж торгової марки та упаковці товар є найбільш конкурентоспроможним й не поступається лідеру.

В цілому можна сказати, що підприємство ТОВ "Цемент" по продукції на ринку займає середнє положення серед інших виробників - конкурентів цементу. Враховуючи, що на сьогодні присутній розвиток будівельного ринку, який безпосередньо впливає на цементний ринок, то можна сказати, що підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ "Цемент" має бути одним із головних напрямків діяльності підприємства.

Два розроблених проекти для підвищення якості конкурентоспроможності потребують капітальні вкладення в розмірі 11518,65 тисяч гривень, а щорічний прибуток від них складає 2082,18 тисяч гривень.

Основні сильні сторони впровадження цих двох проектів виявляються в таких аспектах:

- Низький рівень затрат на сировину та робочу силу
- Є екологічно чистими й допомагають зберегти довкілля
- Високий рівень доходу
- Зменшують емісію газів
- Підвищують рівень іміджу фірми на ринку
- Приваблюють потенційних покупців
- Підвищують конкурентоспроможність
- є новизною на ринку України

Слід сказати, що не було враховано також прибуток від коштів отриманих від продажів вторинної сировини, що не була використана для палива та продажів цементної продукції за допомогою підвищення іміджу. В цілому можна сказати, що дані заходи є результативними і перспективними, оскільки мають в собі величезний потенціал розвитку для підприємства ТОВ «Цемент».

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Мельник Ю.М. Система управління конкурентоспроможністю продукції вітчизняного підприємства / Ю. М. Мельник, Ю. А. Опанасюк, Б. Б. Тачмурадов // Вісник Сумського державного університету. Сер. : Економіка. - 2014. - № 2. - С. 92-102
2. Гоменюк О.І. Методичні підходи до визначення показників і чинників конкурентоспроможності продукції підприємств / О. І. Гоменюк // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. - 2013. - Вип. 1(3). - С. 348-352.
3. Іваненко С.В. Поняття конкурентоспроможності продукції в сучасних умовах / С. В. Іваненко, А. В. Кваско // Технологія і техніка друкарства. - 2010. - Вип. 1. - С. 209-213.
4. Ермолов М. О.Конкурентоспроможність підприємств / М. О. Ермолов. СПб . : Бизнес - пресса, 2007. - 271 с.
5. Шеховцева Л.С Стратегічний менеджмент: Учебний посібник. —. Калінінград: Пуб-ція РГУ ім. И. Канта, 2006. — 153 с.
6. Азриліян А.Н.. Економічний словник/ Азриліян А.Н..//.: Інститут нової економіки, - 2007. с.134
7. Літвінова В.О Проблеми класифікації факторів конкурентоспроможності продукції / В.О. Літвінова // Бізнес Інформ. - 2012. - № 4.
8. Циганюк О.О. Загальна схема оцінки конкурентоспроможності продукції: теоретичний та методологічний аспекти / О. О. Циганюк // 2014. - № 1. - С. 53-58.
9. Троян А.В. Проблеми оцінки конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств / А. В. Троян // Сталий розвиток економіки. - 2013. - № 5. - С. 98-107.

10. Герасимчук В.Г. Економія та організація виробництва/ Герасимчук В.Г. Розенплентер А.Е., С.В.// - 2014. - С. 176-182.
11. Багацький В.М. Удосконалення оцінки конкурентоспроможності продукції / В. М. Багацький, Я. В. Островський // Стратегія економічного розвитку України. - 2014. - № 34. - С. 176-182.
12. Солонінко К.С. Теоретичні основи оцінки конкурентоспроможності продукції / К. С. Солонінко, Я. О. Фійнцева // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Сер. : Економічні науки. - 2014. - № 1. - С. 53-58.
13. Смоленюк П.С. Обґрунтування конкурентної стратегії підприємства // Інноваційна економіка. – 2012. – № 3 (29). – С. 86-93.
14. Голованова М. А. Економіко – математична модель оцінки конкурентоспроможності промислової продукції/Голованова М. А// Науковий вісник НЛТУ України. - 2011. - Вип.7. - С. 230-234.
15. Літвінова В.О. Графічні методи дослідження у аналізі рівня конкурентоспроможності продукції / В. О. Літвінова // Бізнес Інформ. - 2012. - № 4. - С. 53-56.
16. Брітченко І.Г. Актуальні проблеми підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств / І. Г. Брітченко, І. С. Ладунка // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. - 2015. - Вип. 1(1). - С. 116-118.
17. Заєць М.А. Показники та критерії підвищення конкурентоспроможності продукції промислового підприємства / М. А. Заєць, М. В. Рубанова // Труды Одесского политехнического университета. - 2009. - № 1. - С. 221-224
18. Блонська В.І. Проблеми визначення конкурентоспроможності продукції в сучасних умовах господарювання / В. І. Блонська, Я. Б. Горлай // Науковий вісник НЛТУ України. - 2012. - Вип. 22.1. - С. 181-184
19. Кравченко Л.О. Конкурентоспроможність продукції та її оцінка /Кравченко Л.О// Науковий вісник Миколаївського державного університету

імені В. О. Сухомлинського. Серія : Економічні науки. - 2014. - Вип. 5.3. - С. 31-35.

20. Літвінова В.О. Порівняльний аналіз розрахункових методів визначення рівня конкурентоспроможності продукції / В. О. Літвінова // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2013. - Вип. 4. - С. 81-87.

21. Носова О.В. Проблеми підвищення конкурентоспроможності продукції в Україні / О. В. Носова // Право і Безпека. - 2009. - № 3. - С. 86-90.

22. Солонінко К.С. Теоретичні основи оцінки конкурентоспроможності продукції / К. С. Солонінко, Я. О. Фійнцева // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Сер. : Економічні науки. - 2014. - № 1. - С. 53-58.

23. Пасічник В. Г. Планування діяльності підприємства / Навч. посібник для вищих навчальних закладів / Пасічник В. Г. – К., 2005 – 255 с.

24. Тищенко А.Н., Кізім Н.А., Догадайло Я.В. Економічна результативність діяльності підприємства: Монографія. – Х.: ИД «ИНЖЕК», 2005. – 144 с.

25. Шнипко О.С. Науково-технічна політика та її роль в підвищенні конкурентоспроможності економіки України // Актуальні проблеми економіки, - 2006. - №1. – с. 178-184.

26. Портер М. Стратегія конкуренції: Пер. з англ. А. Олійник, Р.Сільський. – К.: Основа, 1997. – 390 с.

27. Раєвнева О.В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: Монографія. – Х.: ВД «ИНЖЕК», 2006. – 496 с. Укр. мова.

28. Реутов В. Є. Конкурентоздатність підприємства: критерії, показники і методики оцінювання / В. Є. Реутов // Економіка та держава. – 2006. – № 5. – С. 65-67.

29. Коваленко В.О. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах / В.О. Коваленко // Економіка підприємства. – 2013. – №2. – С. 15-18.

- 30.Гайдук В. А. Конкурентоздатність в умовах сучасного ринку / В. А. Гайдук // Економіка та держава. – 2007. – № 2. – С. 16-17.
- 31.Шнипко О.С.Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації-К. Наукова думка-2003-334-с..
- 32.Антонюк К. І. Особливості диференціації як основи конкурентної стратегії / К. І. Антонюк // Управління підприємством: діагностика, стратегія, ефективність : XVI Міжн. наук.-практ. конф., Таллінн, 10–11 квітн. 2008 р. : мат. – К.: ВПІ «Політехніка», 2008. – С. 14–15 (0,091 д.а.);
- 33.Борисенко З.Основи конкурентної політики. Навчальний посібник для ВНЗ (затв. МОН України)-К. Таксон-2004-704-с.;
34. Конкуренетоспроможність продукції[електронний ресурс]
<http://center-yf.ru>
35. 18 Конкуренетоспроможність продукції[електронний ресурс]
<http://academic.ru/>
36. Офіційний сайт ТОВ «Цемент» [електронний ресурс]]www.crhukraine.com