

ВСТУП

Актуальність. Важливим атрибутом ринкової економіки є конкуренція. Сам ринок, механізм його дії не може нормально існувати без розвинутих форм конкуренції. Вчені стверджують, що конкуренція – це суперництво між учасниками ринку за найвигідніші умови виробництва, а також за привласнення найбільших прибутків. Такий вид економічних відносин існує тоді, коли виробники товарів виступають як самостійні, ні від кого не залежні суб'єкти, а їхня залежність пов'язана тільки з кон'юктурою ринку, бажанням виграти у конкурентів позиції у виробництві та реалізації своєї продукції.

Конкурентоспроможність є одним з головних вимірювачів успішної діяльності підприємства. В умовах глобалізації світової економіки глобалізується і конкуренція підприємств. Практично, це завжди конкуренція з відомими світовими виробниками. Сьогодні не можна розраховувати на те, що знайдеться ринок, недоступний для світових виробників, тому проблема забезпечення конкурентоспроможності власної продукції потребуватиме постійних рішучих дій для свого вирішення.

Тема є актуальною, тому що проблема підвищення конкурентоспроможності стосується практично всіх сторін життя суспільства. У розвинутих країнах, наприклад, вона постійно перебуває в центрі уваги державних діячів і ділових кіл. Загострення конкурентної боротьби за збут продукції змушує країни постійно шукати нові можливості й резерви для збуту своєї продукції, удосконалювати технологію з метою створення якісних товарів. В роботі розкриті наукові підходи до визначення сутності поняття «конкуренція» вчених Азоев Г.Л., Кіперман Г.Я., Перцовський Н.І. та інших.

В умовах кризи підвищується рівень ризику діяльності суб'єктів господарювання та виникає додаткова необхідність у пристосуванні до мінливих ринкових умов, тому дане питання сьогодні є дуже важливим та актуальним.

Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств та їх продукції можливо лише за наявності науково обґрунтованих методів оцінки та конкурентної стратегії. Основою для розробки такої стратегії є оцінка фактичного рівня конкурентоспроможності підприємства за відповідними показниками, отже, оцінці рівня конкурентоспроможності підприємства та його продукції повинно бути приділено максимум уваги при розробці конкурентних стратегій, програм підвищення конкурентної стійкості підприємства тощо.

Мета роботи. Метою роботи є розробка та економічне обґрунтування шляхів підвищення конкурентоспроможності ТОВ «ОНКОСМЕТИКС», дослідження теоретичних питань щодо конкуренції та конкурентоспроможності, аналіз та оцінка конкурентоспроможності підприємства ТОВ «ОНКОСМЕТИКС», а також розробка рекомендацій щодо підвищення рівня конкурентоспроможності на аналізованому підприємстві.

Завдання дослідження:

- визначити сутність поняття «конкуренція» та «конкурентоспроможність»;
- визначити фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства;
- виділити шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринках косметичних виробів;
- дати загальну характеристику тов «онкосметікс»;
- проаналізувати зовнішнє середовище тов «онкосметікс» та основних конкурентів підприємства;
- дати оцінку рівня конкурентоспроможності на підприємстві тов «онкосметікс»;
- обґрунтувати основні шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- проаналізувати ефективність пропозицій щодо удосконалення конкуренто-спроможності підприємства;

- дати оцінку та управління ризиками негативних змін конкурентоспроможності підприємства.

Об’єкт дослідження. Методи підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ «ОНКОСМЕТІКС».

Предмет дослідження. Предметом досліджень є комплекс теоретичних, методологічних і практичних аспектів оцінки конкурентоспроможності підприємств, що були обрані як найбільш впливові на рівень конкурентоспроможності, та їх порівняння з аналогічними ресурсами підприємств-конкурентів.

Методи дослідження. При написанні роботи були використані наступні методи дослідження: порівняльний аналіз, економіко-математичний, абстрактно-логічний метод та розрахунково-конструктивний методи. В процесі дослідження використані традиційні способи та засоби економічного аналізу (табличного, порівняння, групування, графічний), обробка матеріалів з використанням персональних ЕОМ.

Інформаційна база дослідження. Навчальні посібники вітчизняних та зарубіжних авторів, монографії, депоновані наукові праці, матеріали періодичних видань, фінансові звітності ТОВ «ОНКОСМЕТІКС» за 2014-2016 роки.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (66 найменувань) та 3-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 95 сторінок. Основний зміст викладено на 80 сторінках. Робота містить 24 таблиці, 10 рисунків.

Публікації. За результатами дослідження кваліфікаційної роботи магістра опубліковано тезиси: «Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства» у міжнародній науково – практичній конференції «Розвиток економіки та планування бізнесу в сучасних умовах: проблеми та шляхи вирішення».

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретично-методологічні засади конкурентоспроможності підприємства» розглянуто сутність поняття «конкуренція» та «конкурентоспроможність», фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства та шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринках косметичних виробів.

У другому розділі «Аналіз та оцінка факторів конкурентоспроможності ТОВ «Онкосметікс»» надана загальна характеристика підприємства, проведено аналіз зовнішнього середовища ТОВ «Онкосметікс» та основних конкурентів підприємства та оцінено рівень конкурентоспроможності на підприємстві ТОВ «Онкосметікс».

У третьому розділі «Рекомендації щодо підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Онкосметікс»» обґрунтовані основні шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства, здійснено аналіз ефективності пропозицій щодо удосконалення конкурентоспроможності підприємства та проведена оцінка та управління ризиками негативних змін конкурентоспроможності підприємства.

ВИСНОВКИ

В результаті вивчення теоретичних конкурентоспроможності діяльності підприємства, аналізу діяльності ТОВ «ОНКОСМЕТИКС» та його сегменту ринку в роботі будто зроблено наступні висновки:

1. Безперечно, конкурентна спроможність продукції є найсуттєвішим чинником, від якого залежить конкурентна спроможність підприємства в цілому. Тому перш за все, необхідно створити гідні умови для впровадження способів підвищення конкурентних переваг продукції вітчизняних підприємств перед вступом до СОТ.

2. Узагальнивши, можна виділити наступні способи підвищення конкурентоспроможності продукції: зниження витрат на виробництво, собівартості та ціни; покращення технічних характеристик, параметрів надійності та дизайну; гнучка маркетингова та товарна політика; удосконалення маркетингових досліджень та реклами; проведення сертифікації продукції.
3. Аналізуючи товарооборот ТОВ «ОНКОСМЕТИКС», ми можемо стверджувати, що у 2015 р. збільшився на 1 126 796 тис. грн., або на 70,8 %, а у 2016 р. він збільшився на 980 864 тис. грн., або на 79,8 %, що характеризується позитивно.
4. Собівартість реалізованої продукції у 2015 р. збільшилась на 914 862 тис. грн., або на 70,8 %, а у 2016 р. зменшилась на 642 134 тис. грн., або на 82,6 %, що теж характеризується позитивно.
5. Фінансовий результат до оподаткування у 2015 р. збільшився на 260 905 тис. грн., або на 21,96 %, а у 2016 р. він збільшився на 288 тис. грн., або на 77,9 %, що характеризується позитивно. Чистий прибуток Компанії ТОВ «ОНКОСМЕТИКС» у 2015 р. збільшився на 103 053 тис. грн., або на 59,1%, а у 2016 р. він зменшився на 40 519 тис. грн., або на 19,2 %, що характеризується негативно, тобто собівартість витрат росла в більш високому темпі. Рентабельність основної діяльності у 2015 р. зросла на 1,1 %, а у 2016 р. зменшилась на 2,2 %, що характеризується негативно.
6. Аналіз показників фінансової стійкості показав, про зменшення забезпечення активів власними коштами у 2016р., проте даний показник все ж таки в межах нормативного значення. Негативними змінами є збільшення запасів у 2016 р., про що свідчить зростання показника маневреності робочого капіталу, проте зростає маневреність власних оборотних коштів у 2016 р. на 0,3 позиції. порівняно з 2015 р. Факт

зменшення коефіцієнта забезпечення власними обіговими коштами є негативним.

7. Отже, наступні показники фінансової стійкості, ще раз підкреслюють, що фінансовий стан у 2016 р. значно погіршився. Проаналізувавши фінансовий стан підприємства, можна стверджувати, що ТОВ «ОНКОСМЕТІКС» має стабільний стан, спостерігається позитивна динаміка всіх показників діяльності, що говорить про благодатне середовище для розвитку для впровадження нових стратегічних планів.
8. За рахунок послуг факторингу підприємство може зменшити прострочену дебіторську заборгованість на 50%. При цьому витрати компанії, що надасть послуги, складе 12,25% за 2016 рік. Вивільнені кошти рекомендовано ТОВ «ОНКОСМЕТІКС» покласти на банківський рахунок для можливості розрахуватися за поточними зобов'язаннями у разі необхідності, а також зменшити суму самих поточних зобов'язань за рахунок зменшення кредиторської заборгованості за товари. Збільшення показника грошових коштів у 2016 році за рахунок вищезазначеного заходу дозволить збільшити показник абсолютної ліквідності на 0,02 од.
9. Тобто у підприємства збільшується можливість швидше розрахуватися за поточними зобов'язаннями, що покращує фінансовий стан підприємства. Зменшення кредиторської заборгованості зменшує суму позиченого капіталу за рахунок короткострокових зобов'язань. При цьому реструктуризація дебіторської заборгованості не вплине на власний капітал. Тобто фінансовий ризик знизиться та покращиться платоспроможність.