

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки підприємства
та організації підприємницької діяльності

КОМПЛЕКСНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

з теми:

Підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Цемент»

Науковий керівник комплексної кваліфікаційної
роботи к.е.н., доцент Літвінов О.С.

(вч. ступінь, посада, П.І.Б.)

Розділ Фактори та резерви підвищення
конкурентоспроможності продукції підприємства
(на прикладі ТОВ «Цемент»)

Виконавець: Кравець Світлана Вячеславівна

(П.І.Б. студента)

Наук. керівник к.е.н., доцент Літвінов О.С.

(вч. ступінь, посада, П.І.Б.)

ОДЕСА – 2017

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра Економіки підприємства та організації підприємницької діяльності
(найменування кафедри)

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

_____ Янковий О.Г.

(підпис)

“ ____ ” _____ 2017 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

за магістерською програмою професійного спрямування

«Економіка та стратегія розвитку підприємства»

на тему:

«Фактори та резерви підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства (на прикладі ТОВ «Цемент»)»

Виконавець:

студент 64 групи, ФЕУП

Кравець С.В.

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

Науковий керівник:

К.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Літвінов О.С.

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

ПЛАН

Вступ.....	4
Розділ 1. Основні теоретичні складові конкурентоспроможності продукції.....	6
1.1. Сутність конкурентоспроможності продукції та методи визначення її рівня.....	6
1.2. Фактори та резерви підвищення конкурентоспроможності продукції.....	20
1.3. Стратегія підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.....	26
Розділ II. Аналіз впливу факторів конкурентоспроможності продукції ТОВ «Цемент».....	35
2.1. Аналіз цементної галузі України та Одеської області.....	35
2.2. Аналіз основних техніко-економічних показників діяльності ТОВ «Цемент».....	44
2.3. Оцінка факторів конкурентоспроможності продукції ТОВ «Цемент».....	54
Розділ III. Резерви підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Цемент».....	65
3.1. Розробка маркетингової стратегії просування продукції ТОВ «Цемент».....	65
3.2. Підвищення рівня сервісу за рахунок впровадження нових ваг на підприємстві ТОВ «Цемент».....	75
Висновки.....	80
Список використаних джерел.....	83

ВСТУП

Актуальність теми. Глобалізація економіки призводить до великої кількості диференційованої продукції на ринку товарів та послуг. Загострення конкурентної боротьби (за збут своєї продукції, за місце на ринку) 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 в діяльності підприємства. Тому правильне розуміння поняття конкурентоспроможності продукції, її рівня є необхідною умовою досягнення успіху підприємством.

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, аналіз факторів впливу на конкурентоспроможність та виявлення резервів 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, що впливають на конкурентоспроможність продукції;
- визначити поняття резервів та їх економічну сутність;
- розглянути методи визначення рівня конкурентоспроможності продукції;
- проаналізувати цементну галузь України;
- розглянути загальну характеристику ТОВ «Цемент»;

- проаналізувати господарську діяльність ТОВ «Цемент»;
- провести аналіз конкурентоспроможності продукції ТОВ «Цемент»;
- визначити резерви підвищення конкурентоспроможності продукції та запропонувати рекомендації щодо її підвищення;
- оцінити економічну ефективність запропонованих заходів та виявити рівень підвищення конкурентоспроможності продукції.

Об'єктом роботи є ТОВ «Цемент» на базі якого здійснюється дослідження за темою роботи.

Предметом дослідження є методичні питання аналізу факторів впливу та резервів підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Цемент».

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 2013-2015 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 та *опубліковані* в наукових статтях.

ВИСНОВКИ

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

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

2. Розглянуто 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. Розглянуто резерви підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства. На відміну від факторів, резерви – це невикористані можливості підвищення конкурентоспроможності підприємства, укладені в усій сукупності факторів і скорочення на цій основі витрат живої і суспільної праці на одиницю створюваної і реалізованої споживчої вартості. Процес перетворення потенційних можливостей підвищення конкурентоспроможності в реальну дійсність становить зміст використання резервів.

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

5. Розглянуто загальну характеристику діяльності ТОВ «Цемент» та проаналізовано цементну галузь України. 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 будує тісні взаємовигідні та засновані на довірі відносини зі своїми клієнтами.

6. Проаналізовано 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.

7. Розглянуто продуктовий портфель за допомогою матриці БКГ підприємства та визначили, що ПЦ II/A-III-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 (відгуки інших споживачів про якість цементу), що обумовлює необхідність проводити заходи щодо підвищення саме іміджу підприємства; та проблеми зі швидкістю відгрузки цементу споживачам, що впливає на оцінку сервісу та обумовлює впровадження нового устаткування – нових високоточних ваг з кращими технічними характеристиками.

8. В роботі були запропоновані шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності продукції ТОВ «Цемент», такі як розширення маркетингової діяльності підприємства та нових ваг для цементовозів. Вибір даних заходів обумовлено недостатнім рівнем іміджу серед споживачів, а також низькою оцінкою сервісу підприємства.

9. При впровадженні даних заходів підприємство отримає позитивний ефект. Експертами спрогнозовано два варіанти розвитку – за найгірших умов чисий 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.

10. При впровадженні даних заходів оцінка сервісу та відгуки інших споживачів про якість цементу ТОВ «Цемент» стане 5, і т підприємство стане лідером і матиме конкурентну перевагу в іміджі серед інших заводів, які представлені на Півдні України

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Библиотека юного исследователя [Электронный ресурс]/ Человек в процессе научного познания. – Режим доступа: <http://www.nplit.ru/books/item/f00/s00/z00000030/st025.shtml>
2. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001р. № 2210-III// Відомості Верховної Ради України. – 2001. – №12.
3. Рожков В.О. Оцінка резервів зростання конкурентоспроможності підприємства / В.О. Рожков // Економічний простір: Збірник наукових праць. - Дніпропетровськ: ПДАБА, 2009. - № 21. - С. 220-226.
4. Гетьман О.О. Економіка підприємства: навч. посібник / Гетьман О.О, Шаповал В. М. - 2-ге вид. - К.: Центр учбової літератури, 2010. - 488 с.
5. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підруч. / О. С. Іванілов — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 728 с.
6. 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.
7. Ван Д. Оптимизация технологии упаковочной тары /Ван Д.// Цемент. – 2014. – №. 4. – с. 63-65.
8. 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.
9. Грошев И. В. Ребрендинг – «лекарство» для здоровья бренда / Грошев И. В., Краснослободцев 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.
10. А. А.//Маркетинг в России и за рубежом. – 2012. – №. 3. – С. 89.

11. 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.
12. Мошенський С.З., Олійник О.В. Економічний аналіз: Підручник для студентів економічних спеціальностей ВНЗ/За ред. д.е.н., проф., заслуженого діяча науки і техніки України Ф.Ф.Бутинця. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП «Рута», 2007. – 704 с., с.616
13. Мазілка Є.І. Управління конкурентоспроможністю / О.І. Мазілка, Г.Г. Панічка. – М.: Омега-Л, 2009. – 325 с.
14. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: Навчальний посібник/За ред. Л.В.Балабанової. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2005.–301 с.–(Вища освіта ХХІ ст.), с.221
15. Осипов В. І. Економіка підприємства : Підручник для студ. вищих учбових закладів / В. І. Осипов ; Одеський держ. економічний ун-т. - О. : Маяк, 2005. - 724 с.
16. Акулич, М.В. Анализ конкурентоспособности продукции в аспекте взаимоотношений с потребителями / М.В. Акулич // Маркетинг. — 2003. — № 6(73). — С. 106 — 112.
17. Алексеев В. А. К вопросу о качестве цемента / Алексеев В. А., Баженова С. И. //Будівельні матеріали, вироби та санітарна техніка. – 2013. – №. 49. – С. 10-12.
18. Алимов О.М. Балансування стратегій в стратегічному наборі підприємства / О.М. Алимов, І. А. Ігнатієва // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №7. – С. 109-115
19. Стігліц Дж. Економіка державного сектора / Стігліц Дж.. – К.: Основи, 1998. – 854 с.
20. Управление конкурентоспособностью продукции [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://chtivo.biz/ekonomika/307-upravlenie_konkurestju_produkci =1
21. Олійник С. Фермери просять підтримки / С. Олійник. – Газета Експрес 16-17 вересня 2014 р. – С. 2-3.Бокій В. І. Про механізм формування

конкурентоспроможності продукції промислового підприємства / Бокій В. І., Бондаренко С. М. //Економіст. – 2001.

22. Гукова А. В. Ребрендинг: сущность и инструментарий / Гукова А. В., Патуева В. В.//Известия Волгоградского государственного технического университета. – 2009. – Т. 4. – №. 8.

23. Саєнко М.Г. Підручник. / М.Г. Саєнко – Тернопіль: «Економічна думка». – 2006. – 390 с.

24. Дзюбіна К. О. Проблеми застосування матричних методів стратегічного планування діяльності машинобудівного підприємства / К. О. Дзюбина // Вісник ЖДТУ - 2008. - № 3 (12). - С. 17-22.

25. Жучкова Г. А. Конкурентоспроможність продукції та конкурентний статус підприємства / Жучкова Г. А.//Регіональні перспективи. – 2000. – №. 1. – С. 85-87.

26. 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.

27. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация: Монография /А.Э. Воронкова; Восточноукраинский национальный университет. – Луганск: ВНУ, 2000. – 315 с. – Библиогр.: С. 299-313

28. Істірян Г.П. Конкурентоздатність: методика вимірювання та оцінки/ Істірян Г.П. //Легка промисловість, 2007. №4. с. 12-14.

29. Крейнина М.Н Операционный левередж как инструмент планирования прибыли от продаж / Крейнина М.Н // Финансовый менеджмент. – 2002. - №1

30. 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.

31. 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.

32. 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.

33. Літвінова В. О. Проблеми класифікації факторів конкурентоспроможності продукції/ Літвінова В. О. – 2011.

34. Масляєва О. О. Економічна сутність категорії „конкурентоспроможність”: дефініція та систематизація / О. О. Масляєва. // Ефективна економіка. - 2011. - № 10.

35. Олексенко Р. І. Функції та роль маркетингу в сучасних умовах господарювання / Олексенко Р. І., Краскова І. О., Поліщук М. М. //Ефективна економіка. – 2011. – №. 11.

36. 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.

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

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

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

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

41. Хоменко Я. В. Фактори конкурентоспроможності підприємств металургійної галузі в умовах глобалізації / Я. В. Хоменко, О. С. Резнікова // Академічний огляд. - 2013. - № 2. - С. 154-161.
42. Цигилик І. І. Економічний аналіз господарської діяльності підприємства / Цигилик І. І., Кірдякіна Н. В., Бибик Я. Р. // К.: Центр навчальної літератури. – 2004. – Т. 124. – С. 30.
43. Швиданенко О.А. Сучасні критерії конкурентоспроможності: ефективність та інноваційність / Швиданенко О.А. // Актуальні проблеми економіки. – 2003. - №8. – с. 145-153.
44. 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.
45. Юрчишена Л. В. Аналіз ефективності використання основних засобів на підприємстві / Юрчишена Л. В., Волинець С. М. // Ефективна економіка. – 2011. – №. 8.
46. Аналіз та розробка комплексу маркетингу / [авт. Тексту А. Епішкіна]. – Волгодонск. : МИФИ, 2013. – 44 с.
47. 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.
48. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство / Пер. с англ. под ред. А.Н. Романова. – М.: ЮНИТИ ДАНА, 2002
49. Козырева С. М., Колчерина В. В. Современные инструменты финансового менеджмента: золотое правило финансирования // Актуальные вопросы экономических наук. 2013. №29-2. URL
50. Лепа Р. Н. Методи оцінки і аналізу конкурентоспроможності продукції : дис. – ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06. 02/РН Лепа.– Донецьк, 1998.– 21 с.
51. Библиотека юного исследователя [Электронный ресурс]/ Человек в процессе научного познания. – Режим доступа: <http://www.nplit.ru/books/item/f00/s00/z00000030/st025.shtml>

52. Бондаренко А.К. Порівняння методів оцінки конкурентоспроможності продукції [Електронний ресурс] / А.К. Бондаренко // - Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/306>

53. 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)

54. Сайт ТОВ «Цемент» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.odessacement.com.ua/ru>