

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра Економіки підприємства та організації підприємницької діяльності
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
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/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

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.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (54 найменувань). Загальний обсяг бакалаврської роботи становить 88 сторінок комп'ютерного тексту, робота містить 35 таблиць та 10 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Основні теоретичні складові конкурентоспроможності продукції» розглянуто сутність конкурентоспроможності продукції та методи визначення її рівня. Розкрито питання факторів та резервів підвищення конкурентоспроможності продукції.

У другому розділі «Аналіз впливу факторів конкурентоспроможності продукції ТОВ «Цемент» проаналізовано будівельну та цементну галузь України. проаналізовано фактичний стан господарської діяльності ТОВ «Цемент» за допомогою техніко-економічних показників. Оцінено конкурентоспроможність продукції підприємства за трьома факторами.

У третьому розділі «Резерви підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Цемент» запропоновано підвищення іміджу продукції підприємства за рахунок проведення маркетингової кампанія для налагодження комунікації з кінцевими споживачами та установки нового обладнання – автомобільні ваги, для покращення сервісу погрузки продукції.

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 фондовіддачі та матеріаловіддачі 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 продуктивний 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