

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра економіки підприємства та організації підприємницької діяльності

Допущено до захисту
завідувач кафедри

_____” _____ 20__ р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності економіка підприємства

за темою:

“Конкурентоспроможність продукції та шляхи її забезпечення”

Виконавець:

студентка Факультету економіки та
управління підприємництвом
Калмазан Юлія Андріївна

/підпис/

Науковий керівник:

д.е.н., доцент
Семенова Валентина Григорівна

/підпис

Одеса 2018

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1. Теоритичні основи поняття конкурентоспроможності товарів.....	6
1.2. Методологія оцінки конкурентоспроможності продукції.....	17
1.3. Розробка стратегії підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.....	27
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	33
2.1. Загальна характеристика підприємства ТОВ «Облік-Вись».....	33
2.2. Аналіз фінансово-економічних показників діяльності підприємства ТОВ «Облік-Вись».....	38
2.3. Аналіз конкурентного середовища та оцінка рівня конкурентоспроможності продукції підприємства ТОВ «Облік-Вись».....	46
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	58
3.1. Покращення якості продукції за рахунок впровадження прогресивних технологічних процесів і нового устаткування.....	58
3.2. Рекомендації щодо вдосконалення бренду підприємства як інструменту підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.....	65
ВИСНОВКИ.....	69
Список використаних джерел.....	72
Додатки	

ВСТУП

У перспективі входження України до Європейської економічної зони варто очікувати виходу іноземних компаній на вітчизняний споживчий ринок, що призведе до посилення конкуренції у всіх галузях економіки. Це може призвести до зниження рівня роздрібних цін на продукцію та збільшення витрат на фінансування маркетингової діяльності з метою збереження стійкого становища на ринку. Вплив цих факторів у сукупності негативно позначиться на рентабельності роботи вітчизняних компаній, і може, замість забезпечення сталого розвитку, навпаки, створити загрозу для їх існування.

Пріоритетним для країни є подальший розвиток ринкових процесів, створення передумов для її успішної інтеграції у світову спільноту і визначення свого місця на міжнародному ринку. Конкурентоспроможність підприємств базується на якості, швидкості ухвалення рішень, технічній перевазі, обслуговуванні і диференціації продукту. Ключовим чинником конкурентоспроможності, якщо брати до уваги національний сектор або рівень підприємства, є підвищення загальної продуктивності.

У науковій літературі переважає визначення конкурентоспроможності підприємства як його здатності створювати і реалізовувати продукцію, цінові і нецінові якості якої привабливіші, ніж у аналогічній продукції конкурентів на внутрішньому і зовнішньому ринках. Нині при виході українських промислових підприємств на зарубіжні ринки існує проблема забезпечення подальшого зростання їх рівня міжнародної конкурентоспроможності.

На сьогодні, не всі підприємства готові до підвищення рівня конкурентної боротьби, оскільки вони не надають достатнього значення конкурентоспроможності випущеної і реалізованої ними продукції в умовах глобалізованої ринкової економіки, задовольняючись лише підтриманням внутрішньо-ринкової конкурентоспроможності. В нинішніх умовах їх продукція, навіть за наявності якісніших аналогів, що виробляються в інших країнах, залишається конкурентоспроможною завдяки наявності високих ввізних мит.

Внаслідок цього, за прогнозами фахівців, багато вітчизняних компаній є не готовими до боротьби за покупця, можуть не витримати конкуренції і піти з ринку, що призведе до втрати робочих місць і до зростання соціальної напруженості в суспільстві. Тому проблема підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняного виробництва є особливо актуальна.

Вагомий внесок у вирішення проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства та його продукції здійснено у працях таких вітчизняних та зарубіжних дослідників як Семенова В.Г. М. Портер [9], Р.Фатхутдинов [10], І.Гуторова [4], С. Іваненко [8], Г. Соколюк [13], Л.Піддубна [18], М. Субботін [19] та багатьох інших. Ними було здійснено ґрунтовне опрацювання теоретико-методологічних засад управління конкурентоспроможністю продукції, її оцінки, а також впровадження конкурентних стратегій на виробництвах, внутрішньому і зовнішньому ринках.

Відзначаючи внесок попередників, відзначимо, що попри приділення значної уваги проблемі підвищення якості продукції та рівня її привабливості для покупця, все ж недостатньо уваги приділено питанню раціональності використання внутрішніх ресурсів підприємства, які прямо та опосередковано впливають на формування конкурентоспроможності товару.

Метою проведених в даній роботі досліджень було визначення проблем підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства ТОВ «Облік-Вись», обґрунтування заходів стосовно підвищення конкурентоспроможності продукції даного підприємства. Для досягнення поставленої мети в цій роботі були поставлені наступні завдання:

- розглянути поняття конкуренції та конкурентоспроможності продукції;
- визначити рівень конкурентоспроможності продукції підприємства ТОВ «Облік-Вись»;
- розглянути фактори, що визначають конкурентоспроможність товарів і послуг;

- проаналізувати показники конкурентоспроможності продукції підприємства ТОВ «Облік-Вись»;

- визначити шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства ТОВ «Облік-Вись».

Об'єктом дослідження роботи є продукція підприємства, зокрема ТОВ «Облік-Вись», а предметом – дослідження рівня конкурентоспроможності продукції даного підприємства.

У дослідженні використано наступні наукові методи дослідження: метод економічного аналізу, порівняльний аналіз, методи зіставлень та групування.

Бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (32 найменування) та 3 додатки. Загальний обсяг бакалаврської роботи становить 75 сторінок комп'ютерного тексту, містить 18 таблиць та 2 рисунки.

ВИСНОВКИ

Отже, підсумовуючи все вище викладене, можемо зробити висновок про те, що нормальний розвиток ринкових відносин в Україні неможливий без стабільного та ефективного зростання економіки, а також виробництва конкурентоспроможної продукції, як відображає не тільки ефективність господарської діяльності окремого підприємства, а і всієї економіки країни. Однак, визначення потенційних можливостей підприємства в конкурентній боротьбі і досягнення ефективних результатів у сучасних умовах з часом стає все складнішим. Це в основному пов'язано з необхідністю постійного пристосовуватися до умов, що постійно змінюються, а це в свою чергу змушує шукати науково - обґрунтовані концепції функціонування і розвитку підприємств та підвищення конкурентоспроможності їхньої продукції.

З розвитком суспільства та науково-технічного прогресу поліграфічна галузь, як і багато інших переживає нелегкі часи: поява гаджетів, які своїми технічними можливостями дозволяють повністю замінити книгу; перехід більшості як державних так і приватних підприємств наведення обліку на електронних носіях; наявність у населення можливості користуватися великою кількістю джерел інформації, що в свою чергу зменшує значимість друкованих видань – все це призводить до зниження рентабельності поліграфії як галузі виробництва та змушує підприємства галузі постійно розвиватися та пішуквати нові способи привернути увагу споживачів.

Для підвищення конкурентоспроможності продукції у сучасних умовах господарювання для підприємств поліграфічної галузі, як і для більшості інших, є необхідними наступні кроки:

- орієнтація на інноваційний шлях розвитку, а також створення належних умов задля збереження та ефективного використання вітчизняного науково-технічного потенціалу;
- впровадження інформаційної інфраструктури для формування і реалізації промислової політики, системи стандартизації та якісних показників продукції,

що забезпечить її конкурентоспроможність на внутрішньому та зовнішньому ринку;

- впровадження новітніх технологій виробництва;
- удосконалення стандартів, що вже застосовуються і технічних умов, використання досягнень науки і техніки в процесі проектування виробів;
- забезпечення постійного підвищення кваліфікації персоналу та рівня маркетингових досліджень;
- узагальнення й використання передового вітчизняного та зарубіжного досвіду в галузі для підвищення конкурентоспроможності продукції.

Підводячи підсумки проведеного в роботі аналізу діяльності підприємства поліграфічної галузі ТОВ «Облік-Вись», можемо констатувати, що підприємство хоч і має певні проблеми та невідповідність деяких фінансово-економічних показників своєї діяльності загальноприйнятим нормативним значенням, все ж таки демонструє позитивну тенденцію до стабільного покращення всіх показників фінансового-господарської діяльності. ТОВ «Облік-Вись» має потенціал до успішного розвитку. Цьому сприяють географічне розташування підприємства, висококваліфікований сучасний персонал, який має бажання та можливості постійно вдосконалювати своє знання та вміння в поліграфічній діяльності, а головне молоде, сучасне керівництво, яке має можливість та бажання розвивати свій бізнес.

На даний час, за результатами аналізу рівня конкурентоспроможності продукції підприємства, ТОВ «Облік-Вись» має досить високі конкурентні позиції порівняно з найближчими географічно-розташованими конкурентами. Однак існують певні проблеми в тому, що підприємство має порівняно високі ціни на продукцію, що ним реалізується, що в свою чергу є наслідком того, що собівартість продукції виробництва ТОВ «Облік-Вись» дещо вища за собівартість аналогічної продукції виробництва підприємств-конкурентів.

Для вирішення даної проблеми, а також для підвищення конкурентоспроможності окремих видів продукції шляхом підвищення рівня якості продукції нами було запропоновано захід по впровадженню в діяльність

підприємства одиниці нового обладнання. Це дозволить підприємству не лише вдосконалити вже існуючі види продукції, а випустити кардинально нові для себе її види. Аналіз ефективності даного заходу показав, що запровадження даного заходу в дію дозволить підвищити рівень конкурентоспроможності окремих видів продукції до рівня аналогічного показника найбільших конкурентів-виробників аналогічної продукції, а також порівняно швидко себе окупить та принесе підприємству прибуток. Отже, даний захід є ефективним для вирішення нашим підприємством проблеми, що розглядається в роботі.

Ще одним кроком на шляху до підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства є проведення бренд маркетингу. Нами було запропоновано три заходи, саме просування веб-сайту, розробка макету та виробництво фірмової упаковки. Ці заходи не потребують значних капіталовкладень, на відміну від попередньо запропонованого заходу, однак позитивно вплинуть на впізнаваність товару виробництва ТОВ «Облік-Вись» на ринку поліграфічної продукції, а також сприятимуть залученню нових і заохоченню співпрацювати на постійній основі вже існуючих клієнтів. Нами також було розроблено та запропоновано макет такої упаковки.

Таким чином, нами було запропоновано комплекс дій і заходів, реалізація яких, на нашу думку, дозволить підприємству ТОВ «Облік-Вись» підвищити конкурентоспроможність продукції свого підприємства, і як наслідок зарекомендувати себе як надійного партнера та виробника якісної та доступної продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інноваційно-інвестиційний розвиток – основа конкурентоспроможності промислових підприємств / В. Г. Семенова, М. В. Обертайло / Монографія: Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрямки підвищення // за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. Г. Янкового. – О. : Атлант, 2013. – с. 220-224.
2. Конституція України, ст. 42: від 28.06.1996/ Верховна Рада України. – [Електронний ресурс]: офіц. веб-сайт Верховної Ради України – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254%EA/96-%E2%F0>
3. Господарський кодекс України: від 16.01.2003/ Верховна Рада України. – [Електронний ресурс]: офіц. веб-сайт Верховної Ради України – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/436-15>
4. Маслак О.І. Конкуренція: її сутність та особливості в умовах глобалізації / О.І. Маслак, Л. А. Квятковська, П. К. Кулінічев // Экономика предприятия. Технологический аудит и резервы производства – 2014 – № 3/3(17)) – с. 57-61.
5. Гуторова І.В. Конкуренція як економічна категорія та її особливості в аграрному секторі економіки / І.В. Гурова // Вісник ЖДТУ ХНАУ Економічні науки – 2010 – №3 (53) – с. 46-50.
6. Грудницький В.М. Конкуренція як економічна та правова категорія / В.М. Грудницький // Матеріали ІХ міжнародної науково-практичної конференції «Наукова індустрія європейського континенту», Том. 14, Право.: – Прага, Чехія. – 27 листопада-05 грудня 2013. – с. 86-88.
7. Закон України «Про захист економічної конкуренції».: станом на 11 січня 2001 р. / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Київ : Парлам. вид-во, 2001 – 64с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>
8. Кластеризація як шлях до підвищення конкурентоспроможності вітчизняних молокопереробних підприємств / В. Г. Семенова, Ю. І. Матішак/ Монографія: Теоретичні, методологічні та практичні аспекти

- конкурентоспроможності підприємств монографія // За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О.Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2017. – с. 114-123.
9. Рубанова М. В. Показники та критерії підвищення конкурентоспроможності продукції промислового підприємства / М. В. Рубанов // Труды Одесского политехнического университета — 2009 – № 1(31) — с. 221—224.
 10. Іваненко С. В. Поняття конкурентоспроможності продукції в сучасних умовах / С. В. Іваненко, А. В. Кваско // Технологія і техніка друкарства : збірник наукових праць – 2010 – №1(27) — с. 209–213.
 11. Портер М. Конкуренция / М. Портер // М.: Издательский дом «Вильямс» – 2001 – 495 с.
 12. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов // М: ИНФРА-М – 2000 – 311 с.
 13. Близнюк Н.В. Конкурентоспроможність продукції українських підприємств на міжнародних ринках / Н.В. Близнюк // Вісник чернівецького торгівельно-економічного інституту – 2012 – №1 (45) Економічні науки) – с.38-42.
 14. Економічна статистика. Зовнішньоекономічна діяльність // Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
 15. Соколюк Г. О. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств у контексті євроінтеграційних процесів / Г.О.Соколюк // Науковий журн. «Проблеми економіки» – 2015 – №3 – с.86-92.
 16. Марченко В.М. Наукове забезпечення конкурентоспроможності підприємства / В.М. Марченко, О. М. Євтушенко // Журн. «Молодий вчений» – 2015 – № 1 (16) – с.15-18.
 17. Большой экономический словарь / Под. ред. А.Н. Азрилиани, 5-е изд. доп.и перераб. // М.: Институт новой экономики – 2002 – 1280 с.

18. Літвінова В.О. Проблеми класифікації факторів конкурентоспроможності продукції / В.О. Літвінова // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка – 2011– №33(2) – с.165-171.
19. Лифиц И. М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг // Учебное пособие для вузов Юрайт-Издат – 2004 – 335 с.
20. Піддубна Л.І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління: Монографія. // Х.: ВД "ІНЖЕК" – 2007 – 368 с.
21. Субботин М.Н. Управление конкурентоспособностью продукции промышленных предприятий: автореферат дис. // ГОУ ВПО Волго-Вятская академия государственной службы. Ижевск – 2009 – 24 с.
22. Гарбацевич С.Л. Організаційно-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємств Республіки Білорусь: Автореферат дисертації / С.Л. Гарбацевич // Мн. Акад. Упр. при Президенті – 2002 – 20 с.
23. Загородній А.Г. Оцінювання конкурентоспроможності інноваційної продукції в процесі вибору інноваційної стратегії підприємства / А.Г. Загородній, В.М. Чубай // Фінанси України – 2007 – № 1 – с. 99-110.
24. Якимчук Ю.М. Економічна сутність та основні показники конкурентоспроможності продукції / Ю.М. Якимчук, М.І. Гордієнко, А.П. Адаменко // Журн. «Молодий вчений» – 2015 – № 5 (20) – с.127–132.
25. Новосадов С. Повышение конкурентоспособности предприятий текстильной промышленности / С. Новосадов // Маркетинг – 2007 – № 4 – с. 102-110.
26. Шпаганко А. Про сутність поняття "стратегічна конкурентоспроможність" / А. Шпаганко // Економіка України – 2007 – № 6 – с. 45-49.
27. Блонська В.І. Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності продукції / В.І. Блонська, Н.Т. Депа // Науковий вісник НЛТУ України – 2010 – №20(15) – с.115-120.

28. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер // Пер. с англ. – 4-е изд. – М.: Альпина Паблишер – 2011 – 453 с.
29. Легкий В.І. Етапи оцінки конкурентоспроможності підприємства та види стратегій її підвищення/ В.І. Легкий // Науково-інформаційний вісник. Економіка – 2015 – №11 – с.267-273.
30. Петренко С.А. Порівняльний аналіз моделей організаційних структур підприємства/ С.А. Петренко // ISSN 2074-5370. Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму – 2010 – № 1 (3). Том 2 – с. 245-252.
31. Мороз О. В. Брендинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності виробництва органічної продукції в Україні / О. В. Мороз, В. М. Андрущенко // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" – 2015 – №2 – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3772>
32. Огілві Д. Таємниці рекламного двору: поради старого рекламиста / Д. Огілві// М. Асоціація працівників реклами – 2002 – с.176