

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ОДЕСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

РЕФЕРАТ

**кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за
магістерською програмою професійного спрямування «Економіка управління
та планування бізнесу»**

на тему:

**«Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства (на прикладі
Роздільнянського ковбасного цеху)»**

Виконавець
студентка ФЕУП
Водоп'янова М.М.

Науковий керівник
к.е.н., доцент
Доброва Н.В.

ОДЕСА – 2018

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. В сучасному світі конкуренція є основною умовою, за якою працюють ринкові механізми. Зокрема, вона забезпечує стабільне зростання економіки, розмаїтість асортименту і високу якість товарів та послуг, формування цивілізованої системи виробництва і товарообміну.

В зв'язку з розширенням можливостей підприємств у виборі асортиментної та збутової політики великого значення набуває поняття конкурентоспроможність. Критерії, характеристики і фактори динаміки конкурентоспроможності на рівні товару, підприємства, галузі, національного господарства, або нації мають свою специфіку. Все вищезначене обумовлює актуальність теми випускної роботи.

Конкурентоспроможність - це властивість практично будь-яких економічних об'єктів. Незалежно від фізичної природи і виконуваних функцій усі виробничі системи їх що виготовляють і використовують, можуть розглядатися в контексті проблеми конкурентоспроможності, причому такий аспект аналізу диктується не абстрактними розуміннями, а суцільно практичними інтересами конкретної економічної діяльності. Отже, конкурентоспроможність є категорією динамічною, причому її динаміка обумовлена, насамперед, зовнішніми факторами, значна частина яких може розглядатися як керовані параметри.

В харчовій промисловості конкуренція виконує ряд важливих функцій, серед яких: визначення ринкової вартості товару в процесі конкурентної боротьби, стимулювання впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво, відбір у процесі конкуренції найбільш ефективних форм власності й господарювання, оптимізація територіального розміщення виробництва.

Конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості має не лише внутрішній, але й зовнішній аспекти, оскільки значна частина

продовольства в нашій країні ввозиться з-за кордону та експортується. Харчова промисловість в Україні характеризується всезростаючим дефіцитом власної сировини і продовольства, внаслідок чого в український ринок стрімкими темпами стали надходити імпортні сировина і товари, що поставило вітчизняного товаровиробника й населення країни в не вигідне становище. Нині, коли підприємства почали налагоджувати обсяги реалізації, конкуренція набуває жорсткішого характеру

Питанням розробки методології формування конкурентоспроможності підприємства та управління конкурентними перевагами присвячені роботи як закордонних вчених-економістів: Ф. Котлера, М. Портера, І. Ансоффа, Р.А. Фатхутдінова, А.Ю. Юданова, так і вітчизняних дослідників – В.А. Павлової, Т.Ф. Косянчук, Н.В. Добрової, А.Є. Воронкової, Ю.М. Хвевика, О.Г. Янкового, М.С. Татар та інших.

Метою дипломної роботи є обґрунтування напрямів розвитку підприємства з метою підвищення його конкурентоспроможності в сучасних ринкових умовах.

Завдання дипломної роботи:

- розглянути теоретичні питання щодо предмету дослідження;
- провести аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства;
- здійснити аналіз ринку ковбасних виробів;
- дослідити поточний конкурентний стан підприємства;
- визначити резерви зміцнення конкурентоспроможності підприємства в існуючих ринкових умовах;
- розглянути можливість створення та просування власного бренду;
- обґрунтувати доцільність реалізації проекту побудови регіональної мережі ковбасних виробництв, які наближені до джерел сировини;
- розрахувати критерії оцінки ефективності проекту;
- визначити шляхи мінімізації проектних ризиків.

Об'єктом дослідження виступають процеси обґрунтування проекту підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні методи та практичні заходи, які спрямовано на підвищення конкурентоспроможності підприємства харчової промисловості.

Методи дослідження. У випускній роботі використовувались наступні методи: діалектичний – для вивчення стану об’єктів в процесі їх життєдіяльності на досліджуваному підприємстві; аналіз – для деталізації та розділення об’єкта дослідження на окремі важливі складові елементи; порівняння – для зіставлення даних щодо фінансово-господарської діяльності підприємства у динаміці; табличний (графічний) – для наочного відображення результатів дослідження. Розрахунки щодо проекту провадилися з використанням програмних продуктів «Project Expert» та «Excel».

Інформаційна база дослідження. У якості інформаційної бази дослідження використовувались дані бухгалтерського, управлінського й аналітичного обліку діяльності Роздільнянського виробничого комбінату та окремо ковбасного цеху, статистичні та аналітичні дані, інформацію консалтингових агентств щодо стану ринку ковбасних виробів, а також законодавчі і нормативні акти, літературні джерела та Інтернет - видання.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (67 найменувань) та 4-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 90 сторінок. Основний зміст викладено на 74 сторінках. Робота містить 22 таблиці, 11 рисунків.

Публікація. За результатами проведеного дослідження опубліковано наукову статтю «Особливості вимог стандартизації і сертифікації в процесі організації виробництва ковбаси в Україні».

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Конкуренція та конкурентоспроможність сучасних підприємств» визначено теоретичні основи конкуренції та конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на ринках товарів і послуг, розглянуто методологію оцінки конкурентоспроможності.

У другому розділі «Економічний аналіз конкурентного стану підприємства» проаналізовано фінансово-господарську діяльність підприємства, проведено кон'юнктурну оцінку ринку ковбасних виробів, проаналізовано конкурентні позиції підприємства, проведено його SWOT-аналіз.

У третьому розділі «Економічне обґрунтування напрямків підвищення конкурентоспроможності підприємства» запропоновано створення власного бренду та реалізацію проекту побудови регіональної мережі ковбасних виробництв, які наближені до джерел сировини, визначено інвестиційні та операційні витрати, проведено оцінку економічної ефективності проекту, проаналізовано можливі ризики та запропоновано заходи щодо їхньої мінімізації.

ВИСНОВКИ

Розглянувши теоретичні питання підвищення конкурентоспроможності підприємства та можливості застосування даних методів на прикладі ковбасного цеху Роздільнянського виробничого комбінату, в роботі сформульовані наступні висновки:

1. Ковбасний цех Роздільнянського виробничого комбінату (далі ковбасний цех) засновано в 2015 році. Основною причиною створення підприємства стала наявність на ринку дефіциту якісної, але не дуже дорогої вітчизняної ковбасної продукції. Підприємство відразу визначилося із спеціалізацією: виробництво широкого спектру ковбасної продукції середньої та нижче середньої цінових категорій. Виробничі потужності підприємства знаходяться у м. Роздільна (Одеська обл.), вул. Лермонтова, 28. На підприємстві працює біля 30 робітників, з них 80% виробничого персоналу і 20% адміністративного та маркетингового персоналу.
2. За період, що аналізується, обсяг продажу підприємства виріс на 28,2%. В той же час собівартість реалізованої продукції збільшилась на дещо більшу величину – 31,1%. В результаті валовий дохід від реалізації збільшився з 2068 до 2411 тис. грн., або на 16,7%. Також помітним було зростання у порівнянні з попереднім роком умовно постійних витрат. Вони збільшилися на 12,4%. Самим помітним було зростання інших витрат (на 64,8%) серед яких найбільший обсяг займали втрати продукції. В результаті чистий прибуток склав 212 тис. грн. або 114,6% від рівня 2015 року. В той же час він знизився у порівнянні з попереднім роком на 22,8%.
3. Найбільшу питому вагу мають продукти з меншою рентабельністю, що відображається на зменшення цього показника. Повільне зростання товарообігу та більш високе зростання витрат на ведення виробничої діяльності призвели до зниження загальних показників рентабельності

діяльності. Прибутковість діяльності фірми зменшились у порівнянні з 2015 роком, але залишається на позитивному рівні. Звертає на себе увагу велика різниця між показниками рентабельності продажу та рентабельності діяльності. Це передусім є наслідком відносно великих операційних та адміністративних витрат. В той же час, в 2015 році спостерігалось падіння показника рентабельності активів. Це пов'язано з тим, що підприємство в 2015 – 2017 роках здійснило великий обсяг вкладень в оновлення власної виробничої бази, але це не позначилось на фінансових результатах його діяльності.

4. Аналіз фінансових результатів, ринку, конкуренції переваг дозволив зробити висновок про те, що напрямком підвищення конкурентоспроможності може стати побудова на базі Роздільнянського ковбасного цеху регіональної мережі ковбасних виробництв, які наближені до джерел сировини. Це дозволить зменшити собівартість, а тому і ціни за рахунок зменшення транспортних витрат, виробничих витрат в наслідок більш високої спеціалізації виробництв, зменшення рівня операційних витрат.
5. З огляду на результати фінансового становища та ринку збуту продукції підприємства запропоновано 2 напрямки підвищення конкурентоспроможності. Це створення власного бренду з метою створення умов більш ефективного просування продукції до споживачів та реорганізація виробничої схеми з метою зменшення операційних витрат і, відповідно, цін на готову продукцію.
6. Реалізація запропонованих заходів потребує стартових витрат у розмірі більше ніж 2 млн. грн., які можуть бути отримані у вигляді позики. Розрахунковий термін повернення позики складає 13 місяців.
7. В результаті реалізації зазначених заходів можливий приріст обсягів продажу складе 36%, а зменшення умовно постійних операційних витрат - 60%.

8. при ставці дисконту у 29%, дисконтований період окупності складе 22 місяці, що враховуючи значний розмір стартових витрат є високим рівнем. Середня норма рентабельності складе майже 107%, що також є достатнім для підприємства харчової промисловості з великим рівнем матеріальних витрат. Індекс прибутковості інвестицій 2,53 перевищує мінімальне нормативне значення, що свідчить про доцільність запропонованих заходів підвищення конкурентоспроможності.
9. Аналіз беззбитковості свідчить, що по всім видам продукції коефіцієнт безпеки значно перевищує нормативний рівень у 30% і в середньому перевищує 100%, що є свідченням високою надійності запропонованих заходів.

АНОТАЦІЯ

Водоп'янова М.М. «Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства (на прикладі Роздільнянського ковбасного цеху)»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня зі спеціальності: «076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за магістерською програмою «Економіка планування та управління бізнесом» Одеський національний економічний університет, м. Одеса, 2018 рік

У роботі розглядаються теоретичні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємства.

Проаналізовано організаційну структуру та фінансово-господарську діяльність підприємства та його конкурентний стан на ринку ковбасних виробів, обґрунтовано доцільність створення та просування власного бренду.

Запропоновано проект побудови регіональної мережі ковбасних виробництв, які наближені до джерел сировини, визначено інвестиційні та операційні витрати, проведено оцінку економічної ефективності проекту, проаналізовано можливі ризики та запропоновано заходи щодо їхньої мінімізації.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, ковбасні вироби, бренд, ефективність, ризики.

ANNOTATION

Vodopianova M.M "Ways of increasing the competitiveness of the enterprise (for example the Rozdilnyansky sausage shop)"

Qualifying work for obtaining an educational master's degree in specialty 076 "Entrepreneurship, trade and stock-taking activity" under the master's program "Economics of Management and Business Planning", Odessa National Economic University, Odessa, 2018

The paper considers theoretical and practical aspects of enterprise competitiveness.

The organizational structure and financial and economic activity of the enterprise and its competitive position on the sausage products market are analyzed, the expediency of creation and promotion of its own brand is substantiated.

The project proposed to build a regional network of sausage production, which is close to the sources of raw materials, determines the investment and operating costs, evaluates the economic efficiency of the project, analyzes the potential risks and proposes measures to minimize them.

Keywords: competition, competitiveness, sausage wares, brand, efficiency, risks.