

**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»
(шифр та найменування спеціальності)
за магістерською програмою професійного спрямування
«Економіка та стратегія розвитку підприємства»
(назва магістерської програми)

на тему:
**ОЦІНКА РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПРОДУКЦІ ПІДПРИЄМСТВА**

Виконавець:

студент 2 курсу магістратури
факультету економіка та управління
підприємництвом

Журжи Микола Георгійович

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Літвінова Вікторія Олександрівна

/підпис/

Ефективний економічний розвиток передбачає виробництво і реалізацію продукції на ринку за ціною і за якістю, що задовольняє як виробника, так і споживача. Ключовим фактором у цьому процесі є фактор конкурентоспроможності. Це складна проблема, вирішення якої пов'язане з вдосконаленням всього комплексу розробки, виготовлення, продажу і технічного обслуговування продукції, тобто пов'язане із здійсненням цілеспрямованої діяльності по встановленню, формуванню і підтримці необхідного рівня конкурентоспроможності на етапах життєвого циклу продукції, а також конкурентоспроможності підприємства в цілому.

Одним з найважливіших умов підвищення конкурентоспроможності продукції є можливість використання системного підходу до управління даним процесом, реалізація якого вимагає наявності дієвих механізмів управління конкурентоспроможністю продукції на рівні підприємств.

Наукові аспекти проблеми дослідження конкурентоспроможності продукції лежать в сфері інтересів багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених економістів. Так, питань теоретико-методологічних основ теорії конкурентоспроможності продукції присвячені роботи Бей Н.О., Бідник Н. Б., Вужина О. А., Голомші Н., Гребньова ЕТ, Єфименко А., Закревської Л.М., Канінського М. П., Кантора О.Г., Каплін О.В., Жайворон А.В., Ліфиць І. М., Лісовської Л.С., Любченка О. М., Магомедова Ш. Ш., Мицюк С.В. , Портера М.Е., Ревякіна О.С., Родіонової Л.Н., Сабецкой Г., Савчука С.І., Салій В., Трубілін А., Яковлева А.І .. і ін.

Підвищення конкурентоспроможності будь-якого об'єкта - процес, для ефективною реалізації якого недостатньо тільки попереднього досвіду і його екстраполяції. Він вимагає створення специфічних моделей і механізмів аналізу та оцінки рівня конкурентоспроможності продукції, які в свою чергу формуються під впливом величезної кількості чинників. Склад, структура і обсяг цих факторів не в останню чергу визначаються тим змістом, який ми вкладаємо в поняття «конкурентоспроможність продукції».

Мета дослідження. Метою дипломної роботи є розгляд сутності категорії «конкурентоспроможність продукції», аналіз теоретичних засад впливу факторів на рівень категорії та комплексна оцінка рівню конкурентоспроможності продукції.

Завдання дослідження. Для досягнення поставленої мети були сформульовані та вирішені такі завдання:

- Визначення поняття та сутності конкурентоспроможності продукції як економічної категорії.
- Дослідження основні фактори, що формують рівень конкурентоспроможності продукції промислового підприємства.
- Провести аналіз основних методів оцінки рівню конкурентоспроможності продукції на підприємствах.
- Здійснити аналіз діяльності підприємства ТОВ «Цемент» за період 2015-2017 років
- Визначити рівень конкурентоспроможності продукції ТОВ «Цемент» на ринку відносно інших аналогічних товарів конкурентів
- Запропонувати заходи щодо підвищення рівню конкурентоспроможності продукції цементного підприємства на ринку серед конкурентів

Предмет дослідження – конкурентоспроможність продукції промислового підприємства.

Об'єктом дослідження є процес формування рівню конкурентоспроможності продукції ТОВ «Цемент» на сучасному ринку.

Наукова новизна дослідження: запропонована система факторних показників для оцінки конкурентоспроможності продукції цементної галузі та проведена оцінка конкурентоспроможності зі застосуванням методу таксономічного аналізу..

Методологія дослідження. У процесі роботи використовувалися такі методи: спостереження, узагальнення, кількісно-якісний, системний і

порівняльний аналіз, конкретизація, логічне узагальнення, статистичні методи вибірки й групування, а також багатомірні методи для визначення рівню конкурентоспроможності продукції.

У процесі дослідження використано такі загальнонаукові методи пізнання: спостереження, порівняння, абстракції, індукції і дедукції, вимірювання взаємозв'язків, поєднання аналізу та синтезу, узагальнення, а також спеціальні методи – статистичних групувань, методи економічного аналізу, економіко-математичні методи.

Всі розрахунки в дипломній роботі здійснені за допомогою комп'ютерної програми Microsoft Excel.

Інформаційна база дослідження. Теоретичною основою дослідження є матеріали навчальної й учбово-методичної літератури, праці вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів з питань оцінки конкурентоспроможності продукції, періодична преса, і навіть матеріали науково-практичних конференцій.

Інформаційно-статистичні джерела дослідження – матеріали Державного комітету статистики України, офіційна документація підприємства, дані бухгалтерського обліку і звітність ТОВ «Цемент», нормативні документи, аналітичні та статистичні матеріали.

Практичне значення результатів відображається в наданні рекомендацій підприємству ТОВ «Цемент» щодо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства по окремих факторних показниках. Впровадження рекомендацій, що надані у роботі, а саме скорочення середньої вартості за рахунок зниження енергоємності та збільшення міцності за рахунок застосування інтенсифікаторів помелу мають певний рівень економічної ефективності та дозволяють підприємству підвищити рівень конкурентоспроможності..

Публікації та апробація результатів дослідження. За результатами дослідження була видана стаття у «Науковому студентському віснику».

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (60 найменування). Загальний обсяг дипломної роботи магістра становить 95 сторінки комп'ютерного тексту, містить 20 таблиця та 11 рисунків. Обсяг основної частини роботи 80 сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ТА ОЦІНКА ЇЇ РІВНЯ» розглянута сутність конкурентоспроможності продукції як економічної категорії; визначені фактори конкурентоспроможності продукції; проаналізовано методи оцінки конкурентоспроможності продукції.

У другому розділі «АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ЦЕМЕНТ» надана характеристика цементної України, надана загальна характеристика діяльності підприємства та фінансово-економічна характеристика діяльності підприємства. У третьому підрозділі проведена оцінка рівню конкурентоспроможності та зроблені відповідні висновки.

У третьому розділі «ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «ЦЕМЕНТ»» надані рекомендації щодо підвищення рівню конкурентоспроможності продукції ТОВ «Цемент».

ВИСНОВКИ

Конкурентоспроможність як економічна категорія виражає функціональний результат використання факторів дій конкурентів на різних рівнях і сегментів ринків.

Конкурентоспроможність продукції – це комплексна оцінка здатності конкретної продукції (товару) відповідати вимогам даного зовнішнього ринку в певний період часу, що визначається сукупністю властивостей продукції, а також умовами її продажу та споживання в даному регіоні (країні), що забезпечують можливість реалізації товару на взаємовигідних для продавця і покупця умовах.

Процес дослідження формування конкурентоспроможності продукції у сучасних умовах неможливий без аналізу факторів, що впливають на конкурентоспроможність продукції. Встановлення факторів, що підвищують конкурентоспроможність, так званий факторний аналіз, - важливий момент у діяльності підприємств - виробників і підприємств-продавців.

Фактор виступає в вигляді рушійної сили яка зумовлює собою зміни в позиціях товару на ринку, тобто завдяки впливу факторів товар на ринку може або набувати або втрачати свої переваги перед іншими товарами, що задовольняють ті ж групи потреб.

Усі економічні системи функціонують під впливом різних, незлічених факторів (економічних, політичних, соціально-культурних та інших). Діяльність одних може значно вплинути на діяльність, результат якогось процесу або явища, а вплив інших може взагалі бути незначним. Але слід зауважити, що зміна навіть незначного фактору на діяльність якогось об'єкта може привести до нового кінцевого результату, тобто, наприклад, зміна якогось фактору на виробництві може суттєво змінити якісні характеристики товару, наприклад підвищення або зниження собівартості продукції, що однозначно вплине на конкурентоспроможність продукції.

Усі існуючі в практиці методики і методи оцінки конкурентоспроможності різних об'єктів можна класифікувати по двом основним критеріям:

По степені об'єктивності (суб'єктивності) результатів оцінки

По критерію оцінки: якісна або кількісна.

Кількісні методи оцінки конкурентоспроможності включають суб'єктивні методи експертних оцінок, оснований на інтуїції, баченні, професіоналізмі експерта(оцінка конкурентної сили компанії по методу А. А. Томпсона та Дж. Стрикленда); а також об'єктивні розрахункові и розрахунково – графічні методи (диференціальні, комплексні).

До якісних методів можна віднести: об'єктивні моделі оцінки конкурентних сил й ціннісні ланцюжки (п'ятифакторна модель, багатокутник конкурентоспроможності, «ромб», модель споживчої задоволеності Кано та інші.); моделі стратегічного аналізу (STEP – аналіз, SWOT– аналіз); суб'єктивні матричні методи (матриці БКГ, GE/McKinsey, ADL).

Об'єктивність розрахункових методів можна об'яснити тим, що для розрахунку рівня конкурентоспроможності того чи іншого об'єкта використовується широкий перелік різних оцінювальних критеріїв, на основі котрих по фактичним даним проводиться розрахунок одиничних, групових, інтегральних показників конкурентоспроможності.

Одеський цементний завод – один із найбільший промислових виробників цементу в південному регіоні. Він почав свою роботу в 1965 році. Завод був побудований для того, щоби задовольнити локальний попит на цемент, оскільки Одеська область знаходиться далеко від промислово розвинутих районів крани. Дане підприємство розташовано в місті Одеса, на вулиці Хутірська,70.

В 2011 році 51% акції підприємства були придбані швейцарською компанією Jura-Cement-Fabriken, що входе до складу ирландского будівельного холдингу CementRoadstoneHoldings (CRH) й на даний час завод повністю підпорядкований цій компанії.

Головним видом діяльності ТОВ «Цемент» є виробництво цементу. Підприємство пропонує такі наступні види продукції:

Цемент со шлаком II / А-III-500;

Портландцемент со шлаком II / А-III-400;

Портландцемент со шлаком П / Б-Ш-400;

Сульфатостойкий шлакопортландцемент СС ШПЦ 400-Д60.

В період, що був аналізований, підприємство ТОВ «Цемент» можна зробити висновок, що підприємство має здебільшого позитивні тенденції відносно основних техніко – економічних показників. Це говорить про те, якщо підприємство продовжить в такому напрямку та обов'язково відмовиться від неефективної фінансової діяльності, то в майбутньому може надалі працювати як конкурентоспроможне підприємство. Слід зазначити, що підприємство має значні збитки від загальної діяльності через невдалу фінансову політику.

Основні параметри за якими програє товар підприємства ТОВ «Цемент» лідеру HeidelbergCement є середня ціна, міцність, витрати чистої суміші та канали збуту. По таким показникам як морозостійкість, імідж торгової марки та упаковці товар не поступається лідеру.

В цілому можна сказати, що підприємство ТОВ "Цемент" по продукції на ринку займає середнє положення серед інших виробників - конкурентів цементу. Враховуючи, що на сьогодні присутній розвиток будівельного ринку, який безпосередньо впливає на цементний ринок, то можна сказати, що підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ "Цемент" має бути одним із головних напрямків діяльності підприємства.

Два розроблених проекти для підвищення рівню конкурентоспроможності потребують капітальні вкладення в розмірі 2862,4 тисяч гривень. Запропоновані заходи дозволять покращити рівень факторних показників та підвищити рівень конкурентоспроможності продукції

АНОТАЦІЯ

Журжи М.Г., «ОЦІНКА РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА»

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за магістерською програмою «Економіка та стратегія розвитку підприємства»,
Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2018 рік

Дипломна робота складається з трьох розділів. Предмет дослідження – конкурентоспроможність продукції промислового підприємства. Об'єктом дослідження є процес формування рівню конкурентоспроможності продукції ТОВ «Цемент» на сучасному ринку.

У роботі розглянута сутність конкурентоспроможності продукції як економічної категорії; визначені фактори конкурентоспроможності продукції; проаналізовано методи оцінки конкурентоспроможності продукції; надана характеристика цементної України, надана загальна характеристика діяльності підприємства та фінансово-економічна характеристика діяльності підприємства. У третьому підрозділі проведена оцінка рівню конкурентоспроможності та зроблені відповідні висновки.

Пропонується підвищити рівень конкурентоспроможності продукції за рахунок скорочення середньої ціни на продукцію та збільшення міцності цементу.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, методи оцінки конкурентоспроможності продукції, рівень конкурентоспроможності продукції.

SUMMARY

Zhurzhi MG, "ASSESSMENT LEVEL OF COMPETITIVENESS OF PRODUCTION ENTERPRISE"

Qualifying work for obtaining an educational master's degree in the specialty
"Entrepreneurship, Trade and Stock Exchanges" under the master's program
"Economics and Strategy of Enterprise Development"

Odessa National University of Economics

Odessa, 2018

This thesis consists of three sections. The subject of research is the competitiveness of industrial enterprises. The object of research is the process of forming the level of competitiveness of Cement LLC products in the modern market.

In the article the essence of competitiveness of products as an economic category is considered; certain factors of the competitiveness of products; methods of assessing the competitiveness of products are analyzed; the characteristic of cement Ukraine is provided, the general characteristics of the enterprise's activities and the financial and economic characteristics of the enterprise are given. The third unit evaluates the level of competitiveness and makes the appropriate conclusions.

It is proposed to increase the competitiveness of products by reducing the average price of products and increasing the strength of cement.

Key words: competitiveness of products, methods of assessing the competitiveness of products, the level of competitiveness of products.