

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА МІЖНАРОДНОЇ ЛОГІСТИКИ**

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри \_\_\_\_\_  
(підпис)  
д.е.н., проф. Саєнсус М.А.  
“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

РЕФЕРАТ

**КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 075 «Маркетинг»

на тему: **Оцінка забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ "Телекарт-прилад" на основі логістичного підходу**

Виконавець:  
студента ЦЗФН факультету:  
Шевчишина Ілона Русланівна

Науковий керівник:  
д.е.н., професор  
Саєнсус Марія Анатоліївна

*Актуальність теми.* В умовах, що склалися, особливого значення набувають питання забезпечення конкурентоспроможності підприємств різних форматів, оскільки успіх господарюючого суб'єкта безпосередньо залежить від досягнення високого рівня конкурентоспроможності і реалізації конкурентних підходів, що забезпечують його довгострокове стійке положення на ринку. Для того, щоб забезпечувати виживаність підприємства в сучасних умовах, управлінському персоналу необхідно, передусім, уміти реально оцінювати конкурентоспроможність, як свого підприємства, так і існуючих потенційних конкурентів. У зв'язку з цим, особливу актуальність придбаває розробка конкурентної стратегії підприємства.

Важливий внесок у вирішення проблем щодо формування і реалізації конкурентних стратегій зробили такі зарубіжні науковці, як Г. Азоєв, І. Ансоф, М. Портер, Е. Чемберлен, А. Стрікленд, А. Томпсон, А. Юданов, Г.Хемел та ін., а також вітчизняні, такі як Я.Базлюк, О.Гудзинський, О.Даній, Л.Довгань, Л.Євчук.Ю.Іванов, Н.Куденко та ін. Однак разом із значною кількістю робіт, присвячених переробці західного досвіду тільки їх невелике число зважає на специфіку розвитку конкурентоспроможності. Зокрема, потребують подальшого розгляду питання вдосконалення механізму управління конкурентоспроможністю як ефективною складовою стратегічного управління підприємством, визначення рівня конкурентоспроможності підприємства та формування конкурентної стратегії підприємства на ринку.

Таким чином, актуальність теми дипломної роботи обумовлена роллю та значенням, яких набуває стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємством в сучасних умовах господарювання, особливо підприємств. Вивчення основних понять, сутності та особливостей управління конкурентоспроможністю на підприємствах дозволить виділити основні чинники формування конкурентоспроможності і встановити стратегічні орієнтири вдосконалення напрямків їх формування.

*Ціль та завдання дослідження.* Метою роботи є дослідження стратегії досягнення конкурентоспроможністю підприємства та визначення заходів

щодо її реалізації на ринку. Для досягнення цілі були поставлені та вирішені наступні наукові та практичні задачі:

1. визначені особливості формування конкурентної стратегії;
2. запропонована система ключових показників ефективності конкурентної стратегії;
3. розроблена конкурентна стратегія;
4. визначені можливості щодо реалізації конкурентної стратегії;
5. визначена ефективність заходів, щодо реалізації стратегії.

*Об'єктом дослідження є підприємство ТОВ "Телекарт-прилад".*

*Предметом дослідження є стратегічні чинники формування конкурентоспроможності підприємства ТОВ "Телекарт-прилад".*

*Практична значущість одержаних результатів полягає у розробці стратегії конкурентоспроможності підприємства ТОВ "Телекарт-прилад" на можливості застосування отриманих результатів дослідження і розроблених рекомендацій в діяльності*

*Елементи наукової новизни: Удосконалено конкурентну стратегію ТОВ "Телекарт-прилад" на підставі проведення факторного аналізу впливу основних чинників на внутрішній ринок.*

*Методами дослідження, що використовувались під час написання роботи є:*

- системний аналіз та теорії управління (систематизація теоретичних даних);
- порівняння, що використовувалось в процесі аналізу діяльності підприємства за кілька останніх років;
- фінансовий та економічний аналізи (аналіз господарської діяльності підприємства за основними показниками діяльності за останні 3 роки);
- методи експертних оцінок для розрахунку зваженої оцінки конкурентної сили на внутрішньому.

У процесі аналізу використовувалися методи аналізу та синтезу, індукції та дедукції, метод відволікання від зайвого, порівняльний та зіставний метод інтерпретації складових.

Під час написання дипломної роботи використовувалися монографії, наукові статті, дані державної статистики, а також внутрішня статистична та бухгалтерська звітність підприємства ТОВ «Телекарт-прилад». При написанні використовувались комп'ютерні програми MS Word, MS Excel, MS PowerPoint, Firefox, Microsoft Equation 3.0; Microsoft Graph 2007, Adobe Acrobat, DjVuViewer.

Проведене в роботі дослідження здійснено з використанням наступних інформаційних джерел: літературні джерела з проблеми дослідження; статті; у періодичних виданнях; матеріали Інтернет-сайтів; законодавство України; дані фінансової звітності та документи внутрішнього обліку підприємства. Робота складається зі вступу, трьох розділів, заключення і списку літератури

Одним з основних пріоритетних векторів економіки є успішний розвиток вітчизняних підприємств.

Досягнення цієї мети в умовах розвитку економіки, можливе лише за рахунок підвищення конкурентоспроможності. Конкуренція між підприємствами є потужним чинником реального зростання ефективності виробництва. Разом з тим, в реальних умовах української економіки в процесі діяльності нових економічних структур підвищується фактор невизначеності і збільшується комерційний ризик, пов'язаний з виробництвом продукції, товарів, послуг, їх реалізацією, товарно-грошовими операціями, комерцією.

Зміни в управлінській орієнтації зумовили необхідність розробки нової концепції управління матеріальними потоками, що дістала назву “логістика”. Сутність цієї концепції полягає в інтеграції всіх функціональних сфер, пов'язаних з переміщенням матеріального потоку від виробника до споживача, в єдиний комплекс, який називається комплексом логістики.

Концепція містить значні резерви економії корпоративних витрат. Як засвідчили дослідження Національної ради з управління фізичним розподілом

(National Council of Physical Distribution Management, USA), впровадження інтегрованої логістичної системи сприяє економії, що може досягати 20 % загальнокорпоративних витрат.

Сучасні методи підвищення ефективності управління матеріальними потоками становлять практичний інтерес для української економіки. Використання цих методів надасть можливість вітчизняним підприємствам ефективно діяти як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Відомо багато визначень логістики, позаяк це новий науковий напрямок, що перебуває на стадії формування. Крім того, утруднення з визначенням цього поняття пояснюються тим, що логістика містить багато розділів з огляду на її функції. За одним з найзагальніших визначень логістика є теорією і практикою управління матеріальними потоками.

З позицій менеджера логістика інтерпретується як організація управління цілеспрямованою підготовкою і доцільним використанням коштів і послуг, необхідних для розв'язання конкретних завдань. Логістика становить певну виробничу інфраструктуру економіки і базується на чіткій взаємодії попиту, поставок, виробництва, транспортування і розподілу продукції. Починається логістика з первинних джерел сировини або виготовлення напівфабрикатів, продовжується в обігу матеріалів та напівфабрикатів у межах виробничого процесу підприємства і завершується доставкою готової продукції споживачу для досягнення економічних цілей підприємця.

З позицій маркетингу логістика — це процес управління виробництвом, рухом і збереженням матеріалів та товарів, а також супутніми інформаційними потоками за допомогою організації каналів товароруку, причому поточні й майбутні витрати мінімізуються за умови вискоефективного виконання і доставки замовлень.

У зв'язку з цим одним з першочергових завдань керівництва підприємств є аналіз і оцінка поточних і перспективних можливостей підприємства, тобто його потенціалу. Тому підприємствам необхідно контролювати динаміку ринку, рівень і специфіку конкуренції між

виробниками товарів-аналогів, постачальниками і споживачами.

Успіх фірми на конкурентному ринку багато в чому залежить від того, чи вдалося розгадати маркетингову політику конкурента, передбачити його дії на ринку. Маркетингова діяльність немислима без оцінки конкуруючих підприємств, форми та інтенсивності конкуренції.

В комплексі контрольованих сил і чинників мікросередовища маркетингу конкуренти займають особливе місце, так як контроль проявляється у формі конкурентної боротьби. Тому вдала розробка конкурентної стратегії підприємства дуже важлива для найбільш ефективної діяльності підприємства в умовах ринку.

У даній роботі на основі проведених досліджень здійснене теоретичне узагальнення та практичне вирішення актуального для підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад» питання щодо розробки стратегії його реструктуризації.

В умовах відсутності єдиної думки відносно визначення поняття реструктуризація, в роботі систематизовано сукупність поглядів різних авторів та представлено реструктуризацію як безперервний процес здійснення менеджментом компанії комплексу адміністративно-економічних, правових та інформаційно-технічних заходів, що спрямовані на зміну структури економічного суб'єкта (активів, власності, фінансів, управління) незалежно від його стану під впливом чинників зовнішнього чи внутрішнього середовища для підвищення конкурентоспроможності з подальшим зростанням вартості компанії.

В результаті розгляду найбільш популярних підходів до видів та типів реструктуризаційних перетворень на підприємстві, найдоцільнішим вважається вибір реструктуризаційних перетворень в залежності від фази життєвого циклу підприємства. Саме в залежності від фази обирається стратегія та заходи щодо реструктуризації підприємства.

Було розглянуто загальну характеристику діяльності ТОВ «Телекарт-Прилад» та виявлено вузькі місця в роботі підприємства. В результаті проведеного фінансово-економічного аналізу встановлено, що на кінець

2022р. фінансове становище підприємства все ще в досить тяжкому стані. Для цього було проведено аналіз структури активів та пасивів підприємства та основних фінансових показників.

В результаті розробки конкурентного профілю підприємства було встановлено, що підприємство займає сильну конкурентну позицію на ринку за рахунок таких сильних сторін, як висока якість продукції, відносно низькі ціни на продукцію, наявність власних виробничих ділянок та площ, висококваліфікований персонал, унікальне обладнання та замкнуте коло виробництва. З урахуванням даних аналізу підприємства, була розроблена ефективна стратегія реструктуризації ТОВ «Телекарт-Прилад» з метою підвищення ефективності його діяльності.

Для реалізації зазначеної стратегії було виявлено матеріально-технічні та фінансові резерви підприємства, які можуть бути переорієнтовані на впровадження стратегічних реструктуризаційних заходів, пропонує в рамках стратегії реструктуризації. Крім того, були запропоновані зміни у організаційній структурі підприємства та портфелі видів діяльності.

Ефективність впровадження запропонованої стратегії реструктуризації підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад» доводиться шляхом порівняння прогнозованих результатів господарської діяльності без внесення змін до роботи підприємства та ефективність втілення розробленої стратегії. Економічне обґрунтування запропонованих заходів, зокрема отримання значного економічного ефекту, доводить доцільність їх практичного застосування в процесі діяльності ТОВ «Телекарт-Прилад».