

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

Кафедра Економіки підприємства та організації підприємницької діяльності  
(найменування кафедри)

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри  
Янковий О.Г.

- (підпис)  
“ ”

2018 р.

## **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

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: « **Підвищення конкурентоспроможності продукції (на прикладі  
“ТОВ Телекарт-Прилад”)**»

(назва теми)

**Виконавець:**

студент 24 групи факультету економіки та  
управління підприємництвом

Христорізенко С.В. \_\_\_\_\_

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Науковий керівник:**

к.е.н., викладач

(науковий ступінь, вчене звання)

Бабій О.М. \_\_\_\_\_

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
<b>РОЗДІЛ 1. СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ.....</b>	
1.1. Поняття конкурентоспроможності продукції.....	5
1.2. Фактори конкурентоспроможності продукції підприємства.....	13
1.3. Методи оцінки конкурентоспроможності товару.....	21
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «ТЕЛЕКАРТ-ТРИЛАД».....</b>	
2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Телекарт-Прилад».....	32
2.2. Оцінка конкурентоспроможності продукції ТОВ «Телекарт-Прилад».....	52
2.3. Аналіз конкурентної середовища ТОВ «Телекарт-Прилад».....	63
<b>РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «ТЕЛЕКАРТ-ПРИЛАД» .....</b>	
3.1 Підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Телекарт-Прилад» за допомогою маркетингових заходів.....	73
3.2 Формування сприятливого конкурентного іміджу ТОВ «Телекарт-Прилад».....	81
ВИСНОВКИ.....	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	87

## Вступ

Успішне функціонування організації залежить, в кінцевому рахунку, від рівня конкурентоспроможності продукції, що пропонується споживачам. Тим самим доводиться визнати необхідність розробки чіткої методології оцінки та управління конкурентоспроможністю продукції, заснованої на тісному взаємозв'язку загально визнаних законів економіки та менеджменту, психології та соціології, статистики та теорії ймовірностей, інших наук.

Конкурентоспроможність товарів - вирішальний фактор комерційного успіху на конкурентному ринку. Це багатоаспектне поняття, що означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки по своїм якісним, технічним, економічним, естетичним характеристикам, але і по комерційних і інших умовах його реалізації (ціна, строки поставки, канали збуту, сервіс, реклама). Більшого, важливою складовою частиною конкурентної здатності товару є рівень витрат споживача за час експлуатації.

Вивчення конкурентоспроможності обумовлює необхідність розробки ефективних, простих у застосуванні інструментів, методик, що дозволяють підприємству з максимальним ступенем об'єктивності оцінити рівень конкурентоспроможності своїх товарів на ринку. Аналіз оцінок рівня конкурентоспроможності продукції стає підставою для диференціації пропозиції та створення унікального набору взаємозв'язаних конкурентних переваг, привабливих з точки зору споживачів в рамках цільового сегмента. Крім того, підприємство здатне ефективніше планувати процеси вдосконалення товарного ряду, спираючись на конкретні результати дослідження.

Особливу актуальність проблема оцінки рівня конкурентоспроможності набуває для товарів виробничого призначення, тому що тільки при досягненні відповідного рівня конкурентоспроможності засобів виробництва можна забезпечити випуск якісних, затребуваних як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку товарів, призначених для кінцевого споживача.

Метою роботи є дослідження конкурентоспроможності продукції ТОВ «Телекарт-Прилад» з метою вироблення заходів щодо її підвищення.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- Розглянути теоретичні аспекти конкурентоспроможності товарів і методи її оцінки;
- Визначити конкурентоспроможність продукції ТОВ «Телекарт-Прилад»;
- Розробити напрями підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.

Об'єктом дослідження є ТОВ «Телекарт-Прилад».

Предметом дослідження є конкурентоспроможність продукції ТОВ «Телекарт-Прилад».

Проблемі конкурентоспроможності продукції присвячені роботи багатьох авторів: Р.А. Магомедова, Р.А.Фатхутдінова, Е.Ф.Волонцевіч та ін

При написанні дипломної роботи були використані наступні методи дослідження: синтезу, порівняння, системного аналізу, експертних оцінок.

## ВИСНОВКИ

На сьогоднішній день посилення конкурентної боротьби виступає характерною рисою сучасного економічного середовища. Як в Україні, так і у всьому світі в цілому. За сучасних умов, яким притаманні постійні зміни факторів зовнішнього середовища та зростання ризику діяльності, все найбільш актуальним стає питання забезпечення конкурентоспроможності підприємства на державному та міжнародному ринку. На основі цих тенденцій у провідних країнах відбувається глобальне впровадження сучасних моделей управління міжнародною конкурентоспроможністю корпорацій та виокремлення його в одне із ключових завдань державної економічної політики.

Найважливіше місце у підвищенні конкурентоспроможності підприємств займає процес формування конкурентних переваг, оскільки саме вони забезпечують їх передові позиції в галузі та важелі впливу на співвідношення конкурентних сил. Як результат, виникає об'єктивна необхідність в розробці ефективних управлінських методик підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур.

Конкурентоспроможність підприємства є одним із найважливіших напрямів його управління підприємством, а його діяльність характеризується високим рівнем нововведень, ступенем ризику та здатністю швидко адаптуватися до змін зовнішнього середовища. Такі обставини зумовлюють актуальність і безпосереднє практичне вивчення та аналіз ринку України на прикладі конкретного підприємства.

Одеський завод ТОВ «Телекарт-Прилад» є одним з найсучасніших підприємств галузі, яке пропонує продукцію високої якості, а також будує тісні взаємовигідні і засновані на довірі відносини зі своїми клієнтами.

Аналіз фінансово-господарської та зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Телекарт-Прилад» показав, що на сьогодні підприємство орієнтоване не лише на внутрішній ринок, а якість продукції підтверджується відповідними сертифікатами. Результат техніко-економічної діяльності показав, що підприємство є платоспроможним та прибутковим.

Варто наголосити на тому, що рівень конкуренції на ринку продукції ТОВ «Телекарт-Прилад» досить високий, оскільки він завжди користується попитом у будь-яку пору року. Проблема забезпечення конкурентоспроможності продукції на світовому ринку залишається основним завданням, рішення якого є складним та багатофакторним процесом. Та, незважаючи на це, сучасні умови діяльності підприємства залишаються переважно сприятливими.

За сучасних умов підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Телекарт-Прилад» неможливо забезпечити без впровадження міжнародних стандартів. Одним із найважливіших принципів формування та реалізації політики підприємства в області стандартизації є створення цілісної узгодженої політики в економічній, науково-технологічній, промисловій та соціальній сферах діяльності з орієнтацією на досягнення комерційних результатів.

В умовах сучасного бізнесу конкурентна боротьба підприємств зростає з кожним роком. У даному випадку, впровадження європейської сертифікації та подальший вихід на ринок ЄС, виступає основною передумовою стратегічного розвитку підприємства.

В цілому, нові заходи забезпечення конкурентоспроможності повинні переорієнтувати підприємство ТОВ «Телекарт-Прилад» зі шляху екстенсивного росту на якісно новий, інноваційний шлях, який дозволить вистояти в кризовий період та забезпечити надійну основу для успіху і ринкового домінування на період майбутнього зростання економік

### Список використаних джерел

1. Азоев Г.Л., Челенко Л.П. Конкурентные преимущества фирмы. – М., 2000. – 256 с.
2. Алексенко В.В. Інноваційні стратегії компаній як фактор національної конкурентоспроможності. М.: Наукова книга, 2006. 136 с.
3. Алесіна А. відгризли і зверху, і знизу // Україна і ринок. 25.02.2008. № 8.
4. Багіев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Підручник для вузів; Під загальною ред. Багієва Г.Л.-М.: Видавництво «Економіка», 2003. - 703 с.
5. Байн В. Ф. Економіка регіону: навч. посібник для вузів / В. Ф. Байн, С. А. Пелих; під заг. ред Блонська В.І., Н.Т. Депа «Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності продукції» //Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.15, с.115-120. С. А. Пелиха. Мн.: ІВЦ Мінфіну, 2007. 269 с.
6. Блонська В.І., Н.Т. Депа «Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності продукції» //Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.15, с.115-120
7. Браерті Е. Бізнес-маркетинг: пров. з англ. / Едвард Браерті, Роберт Еклс, Роберт Рідер. М.: Изд. Будинок Гребенникова, 2007. 732 с.
8. Бусигін А.В. Підприємництво: Учеб. 2-е изд., Испр. М., ИНФРА-М, 2000. 212 с.
9. Биков В.О. Формування конкурентоспроможності інноваційного продукту: концепція, методи забезпечення / / Промислова політика в Російській Федерації. 2006. № 9.С. 30-42.
10. Волонцевіч Є.Ф. Конкурентоспроможність фірм: Курс лекцій для студ. спец. "Комерц. Діяльність" Мн.: БГЕУ, 2003. 103 с.

- 11.Воронов А. Конкуренентоспроможність промислової продукції // Стандарти та якість. 2003. N5.С.59-65.
- 12.Воронов Д.С. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. [Електрон. ресурс] - Режим доступу: <http://www.kpilib.ru/article.php?page=207>
- 13.Гілберт А. Маркетингові дослідження СПб: Видавництво «Пітер», 2000. 752с.
- 14.Говорова, Н. Конкуренентоспроможність - основний фактор розвитку сучасної економіки // Проблеми теорії і практики управління. 2006. № 4. С. 24-29.
- 15.Гордон Я. Цільова конкуренція: пров. з англ. / Ян Гордон. М.: Вершина, 2006. 367 с.
- 16.Дробишева Л. А. Маркетингова оцінка конкурентоспроможності виробничого підприємства // Довідник економіста. М.: 2006. № 5. С. 32-36
- 17.Економічний механізм розвитку підприємства: навч. посібник: в 2 ч. / С.А. Пелих та ін Ч.1, Економічні методи, важелі і стимули. Мн.: Акад. упр. при Президентові Респ. Білорусь, 2006. 309 із
- 18.Економіка торговельного підприємства / Під ред. Н.М. Ушакової. – К., 1999. – 800 с.
- 19.Єгупов Ю. А., Литвинова В. А. Оцінка порівняльної ефективності шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції // Конкуренентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія /. – Одеса: ПАЛЬМІРА, 2013. – С. 141-159.
- 20.Конина Н.Ю. Злиття та поглинання в конкурентній боротьбі міжнародних компаній: монографія / Н.Ю. Конина. М.: Проспект, 2005. 152 с.
- 21.Кротков А.М. Конкуренентоспроможність підприємства: підходи до забезпечення, критерії, методи оцінки // Маркетинг в Росії і за кордоном. 2001. 6. С.59-68.

22. Криловіч, І. Зважуючи ризики // Білорус. ринок. 2003. № 36.
23. Літвінов О.С. Управління конкурентоспроможністю підприємств з урахуванням впливу органів державної влади / О.С. Літвінов, А.С. Мішкевич // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2016. – с.131-145. Режим доступу:  
[https://scholar.google.com.ua/citations?user=7ZUxicEAAAAJ&hl=uk&oi=ao#d=gs\\_md\\_cita-d&p=&u=%2Fcitations%3Fview\\_op%3Dview\\_citation%26hl%3Duk%26user%3D7ZUxicEAAAAJ%26citation\\_for\\_view%3D7ZUxicEAAAAJ%3Ar0BpntZqJG4C%26tzom%3D-180](https://scholar.google.com.ua/citations?user=7ZUxicEAAAAJ&hl=uk&oi=ao#d=gs_md_cita-d&p=&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Duk%26user%3D7ZUxicEAAAAJ%26citation_for_view%3D7ZUxicEAAAAJ%3Ar0BpntZqJG4C%26tzom%3D-180)
24. Літвінов О.С. Ефективність витрат на оплату праці як фактор конкурентоспроможності підприємства / О.С. Літвінов, О.О. Сукач // Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013. – с.459-470. Режим доступу:  
[https://scholar.google.com.ua/citations?user=7ZUxicEAAAAJ&hl=uk&oi=ao#d=gs\\_md\\_cita-d&p=&u=%2Fcitations%3Fview\\_op%3Dview\\_citation%26hl%3Duk%26user%3D7ZUxicEAAAAJ%26citation\\_for\\_view%3D7ZUxicEAAAAJ%3Ak\\_IJM867U9cC%26tzom%3D-180](https://scholar.google.com.ua/citations?user=7ZUxicEAAAAJ&hl=uk&oi=ao#d=gs_md_cita-d&p=&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Duk%26user%3D7ZUxicEAAAAJ%26citation_for_view%3D7ZUxicEAAAAJ%3Ak_IJM867U9cC%26tzom%3D-180)
25. Літвінова В. О. Порівняльний аналіз розрахункових методів визначення рівня конкурентоспроможності продукції // Вісник соціально-економічних досліджень: Зб. Наук. пр. – 2013. – Вип. 4 (51). – С. 81–87.
26. Літвінова В.О. Методичні та методологічні особливості дослідження рівня конкурентоспроможності продукції // Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія / за ред. Проф. О.Г. Янкового. – Одеса: ПАЛЬМІРА, 2017. – С. 277-284
27. Літвінова В. О. Порівняльний аналіз розрахункових методів визначення рівня конкурентоспроможності продукції // Вісник соціально-економічних досліджень: Зб. Наук. пр. – 2013. – Вип. 4 (51). – С. 81–87.
28. Магомедов Ш. Ш. Конкурентоспроможність товарів: Учеб.пособие. М.: Дашков і К, 2003. 293с.
29. Мошнов, В.А. Комплексна оцінка конкурентоспроможності підприємства. -2005

30. Степанкова А.А. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції. – 2012
31. Міністерство фінансів України офіційний сайт ([Електронний ресурс]. – [Режим доступу]: <http://minfin.com.ua/2015/02/11/6133386/>)
32. ТОВ «Телекарт-Прилад» офіційний сайт <http://telecard.odessa.ua/index.php/ru/> [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://telecard.odessa.ua/index.php/ru/>
33. Моїсеєва Н.К., Аніскін Ю.П. Сучасне підприємство: конкурентоспроможність, маркетинг, оновлення. - М: Зовнішторгвидав, 1999. - 304 с.
34. Національна стратегія сталого соціально-економічного розвитку України на період до 2020 року. Київ: Юніпак, 2004.
35. Немогай Н.В. Управління якістю: підручник. : Центр дослід. ин-тов ринку, 2006. 359 с.
36. Нефедова О.Г. // Вісник економічної науки України – 2008. – № 2(14). – С. 117–120.
37. Нова якість економічного зростання: і, інвестиції, конкурентоспроможність 2007 Мн.: Право і економіка, 2007. 768 з.
38. Орленко О. М. Забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств на основі підвищення продуктивності праці / О. М. Танасюк, О. М. Орленко // Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: Монографія// За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О.Г. Янкового. – Одеса, Атлант, 2017. -514с., С.199-215
39. Про розвиток малого підприємництва в 2005 році / / Інформаційний бюлетень Міністерства економіки. Прес-реліз № 150. 19.10.2005.
40. Павлова Н.Н. Маркетинг в практиці сучасної фірми: Підручник для бізнес-шкіл. М.: Норма, 2005. 384 с.

41. Портер, М. Конкурентна перевага: як досягти високого результату і забезпечити його стійкість. М.: Екон. наука, 2005.
42. Перегожіна О.Н. Проблеми конкурентоспроможності наукоємних виробництв в сучасних умовах / О. М. Перегожіна / / Високі технології. 2007. Т.8, № 1. С. 78.
43. Програма структурної перебудови і підвищення конкурентоспроможності економіки.: Амалфея, 2003.
44. Саєнко М.Г. Підручник. – Тернопіль: «Економічна думка». – 2006. – 390 с.
45. Соловійов Б.А. Управління маркетингом: 17 - модульна програма для менеджерів «Управління розвитком організації». Модуль 13. М.: «Инфра-М», 1999. 336 с.
46. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : Монографія / Харківський національний економічний університет; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Ю.Б.Іванова, д-ра екон. наук, проф. О.М Тищенко. – Х.: ВД "ІНЖЕК", 2006. – 384 с. – Бібліогр.: С. 371-382.
47. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О.Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2017. – 514 с.
48. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія / за загальною редакцією професора О.Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2017. - 514 с. (п.п Концептуальні аспекти управління діяльністю підприємств як складова формування їх конкурентоспроможності – С. 139-149.)
49. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств : [Монографія] / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О.Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2017. – 514 с., С.7-29.

- 50.Трещов М.М. « Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції» [Електронний ресурс] / М.М. Трещов // Економічний простір – 2009 - №23/1 - с.118-126 – Режим доступу до журналу: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Ekpr/2009\\_23/1/treshov.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2009_23/1/treshov.pdf)
- 51.Фатхутдінов Р.А. Конкурентоспроможність організації в умовах кризи: економіка, маркетинг, менеджмент. М.: Маркетинг, 2002. 886с.
- 52.Фатхутдінов Р.А. Конкурентоспроможність: економіка, стратегія, управління. М.: ИНФРА-М, 2000. 311с.
- 53 .Фінансова математика для економістів: навчальний посібник / за ред. В. М. Мацкул. – Одеса, 2018. – 404 с.
- 54.Хайек Ф. Конкуренція як процедура відкриття // Світова економіка і міжнародні відносини. 1989. № 12.
- 55.Хамчуков Д.Ю. Підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств / Вісник економічної науки України. Тернопіль., 2006. № 1. С. 62-71.
- 56.Хруцкий В.Е., Корнеева І.В. Сучасний маркетинг: настільна книга по дослідженню ринку: Учеб.пособие. 2-е вид., Перераб. і доп. М.: Фінанси і статистика. 528с.
- 57.Чеглік Л. Конкурентоспроможність та умови її забезпечення // Фінанси, облік, аудит. 2001. N8. С.31-34.
- 58.Янковий О.Г. Маркетинговий інструментарій статистичної оцінки конкурентоспроможності підприємств //Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 4 (14). – С. 63-72. [Електронний ресурс]– Режим доступу : <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n1.html>
- 59.Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення [Монографія] за заг. ред. О.Г. Янкового. – Одеса, Атлант, 2013. – 470 с.
- 60.Яшева Г.А. Кластерний підхід у підвищенні конкурентоспроможності підприємств: монографія / Г. А. Яшева. Полтава: ПДТУ, 2007. 301 с.
- 61.Яшева Г. Конкурентоспроможність підприємств: методика оцінки та

результати // Фінанси, облік, аудит. 2000. № 4. С.17-21.