

Вінницький національний технічний університет

Кафедра ЕПВМ

Дипломна робота на тему:
“Шляхи підвищення
конкурентоспроможності
ТОВ “Агробізнес”
на загальному українському
ринку”

Виконала: ст.гр.МОВ-16сп

Лавровської Т.В.

Керівник: к.е.н., доцент

Причепи І. В.



Предметом дослідження виступає сукупність теоретичних, методологічних та прикладних проблем, що виникають при формуванні конкурентоспроможного стану підприємств по виробництву хліба та хлібобулочних виробів.

Об'єкт дослідження: ТОВ “Агробізнес”, . с. Токи, Підволочиського р-ну, Тернопільської області. Головний офіс товариства знаходиться у м. Волочиську Хмельницької обл., за адресою: вул. Чайковського, 2а створено філію товариства.



Термін "**конкурентоспроможність**" походить від слова «concurrentia» – у перекладі з давньолатинської це означає суперництво, зіштовхнення, боротьбу за досягнення кращих результатів у будь-якій сфері діяльності.

Ідея конкурентоспроможності була вперше розглянута в економічній літературі ще Адамом Смітом, який у «Дослідженні про природу і причини багатства народів»



Постіндустріальне
суспільство

Чан Ким
2006 р.

Блакитний океан – альтернативні індустрії

А. Шнейдер, Я. Кайман,
Г. Топчишвілі 2002 р.

Квантово-економічний аналіз

Адам Бранденбурген та Баррі
Нейлбафф 1996 р.

Співконкуренція

Джеймс Мур
1996 р.

Коеволюційна взаємодія підприємницьких екосистем

Індустріальне
суспільство

Гері Хемел та Коїмбатур Прах
1994 р.

Інтелектуальне лідерство, ключові компетенції

Майкл Портер
1981 р.

Управління ключовими ланками у ланцюзі створення
споживчих цінностей

Йозеф Шумпетер
1942 р.

Інновації – використання існуючих джерел новими
способами

Доіндустріальне
суспільство

Джон Міль
1848 р.

Економія на масштабах

Давід Рікардо
1817 р.

Використання порівняльних переваг

Адам Сміт
1776 р.

Капітал, праця, земля

Визначення поняття “конкурентоспроможність підприємства”

Автор	Визначення конкурентоспроможності підприємства
Фатхутдінов Р.А.	Здатність організації виготовляти конкурентоспроможний товар чи послугу.
Должанський І.З.	Здатність виробляти й реалізовувати швидко, дешево, якісно, продавати в достатній кількості при високому технологічному рівні обслуговування.
Портер М.	Здатність вести успішну конкурентну боротьбу шляхом використання своїх конкурентних переваг.
Єрмолов М.	Відносна характеристика, яка відображає відмінність процесу розвитку даного виробника від виробників-конкурентів як за ступенем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності
Машина Ю.В.	Комплекс споживчих і вартісних (цінових) характеристик підприємства, що визначають його успіх на ринку, тобто переваг саме цього підприємства над іншими.
Глахов А.В.	Здатність підприємства (потенційна та (або) реальна) витримати конкуренцію
Туровець О.	Сукупність виробничо-технічних, і організаційно-економічних характеристик, які дозволяють проектувати, виготовляти та збувати товари, більш привабливі для споживача.
Маркова В.Д., Кузнєцова С.А.	Положення на ринку яке дозволяє підприємству долати сили конкуренції і приваблювати покупців.
Яновський А.М.	Можливість підприємства випускати конкурентоспроможну продукцію і адаптуватися до умов зовнішнього середовища, що швидко змінюються.

Показники конкурентної переваги підприємства

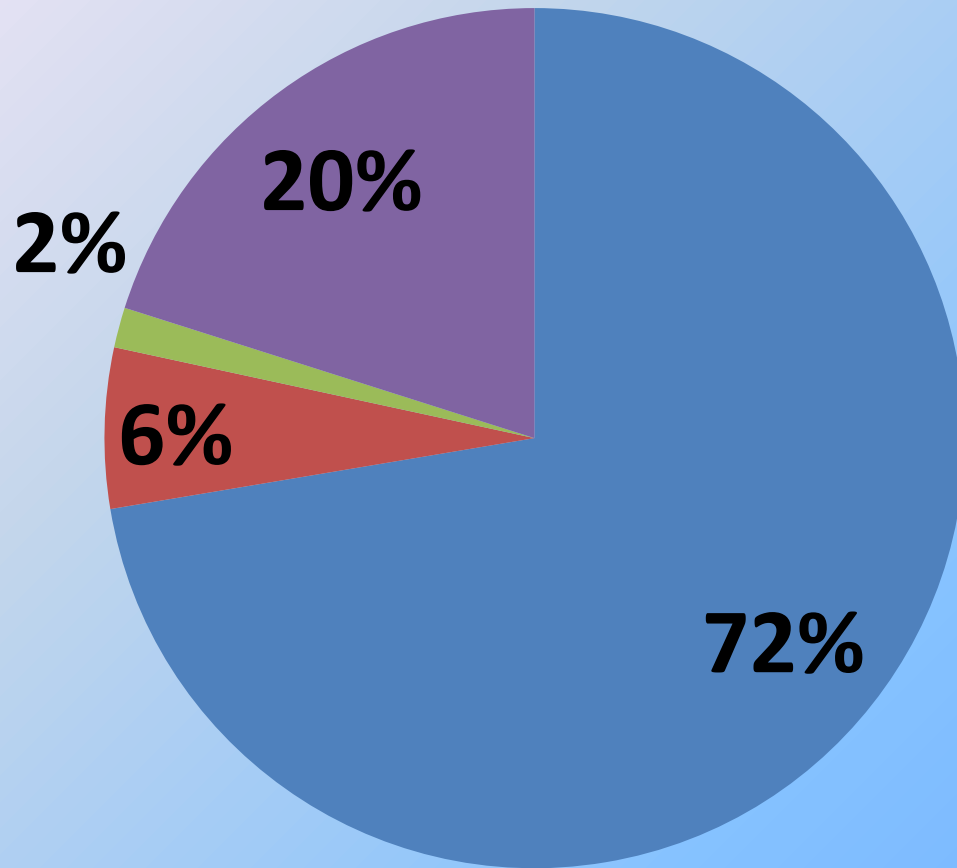
Елементи системи забезпечення конкурентоспроможності	Показники конкурентної переваги
Переваги організаційного характеру, що розвиваються в підсистемі забезпечення	Розмір підприємства. Рівень мобільності. Досвід роботи. Ефективність менеджменту. Фінансова міць. Розмір ресурсної бази. Інформаційне забезпечення.
Функціональні конкурентні переваги керованої підсистеми	Імідж підприємства. Розмір і кількість цільових ринків. Перевага в інформованості. Знання споживачів. Ефективна цінова стратегія. Високий рівень сервісного обслуговування. Ефективна комунікаційна політика. Ефективна стратегія руху товарів.
Переваги, що виникають цільової підсистеми	Технологія. Ефективність виробництва. Якість товарів. Якість сервісу товару. Мобільність виробництва.
Переваги, що виникають у керуючій підсистемі	Кваліфікація персоналу. Досвід практичної діяльності. Прийняття конкурентоспроможних управлінських рішень
Переваги, які ґрунтуються на взаємних з макросередовищем, інфраструктурою й безпосереднім оточенням підприємства	Контроль каналів збуту. Впливові контакти в галузі. Підтримка уряду. Доступ до фінансових ресурсів. Доступ до матеріально-технічних ресурсів. Міра готовності інфраструктури. Наявність маркетингових посередників.

Методики оцінки конкурентоспроможності підприємства. Найбільш відомі - це:

- метод, заснований на теорії ефективної конкуренції;
- метод, який використовує оцінку товару підприємства; базується на положенні, що конкурентоспроможність підприємства тим вища, чим вища конкурентоспроможність його продукції;
- матричний метод;
- диференціальний метод;
- комплексний метод;
- змішаний метод оцінювання
- тощо.

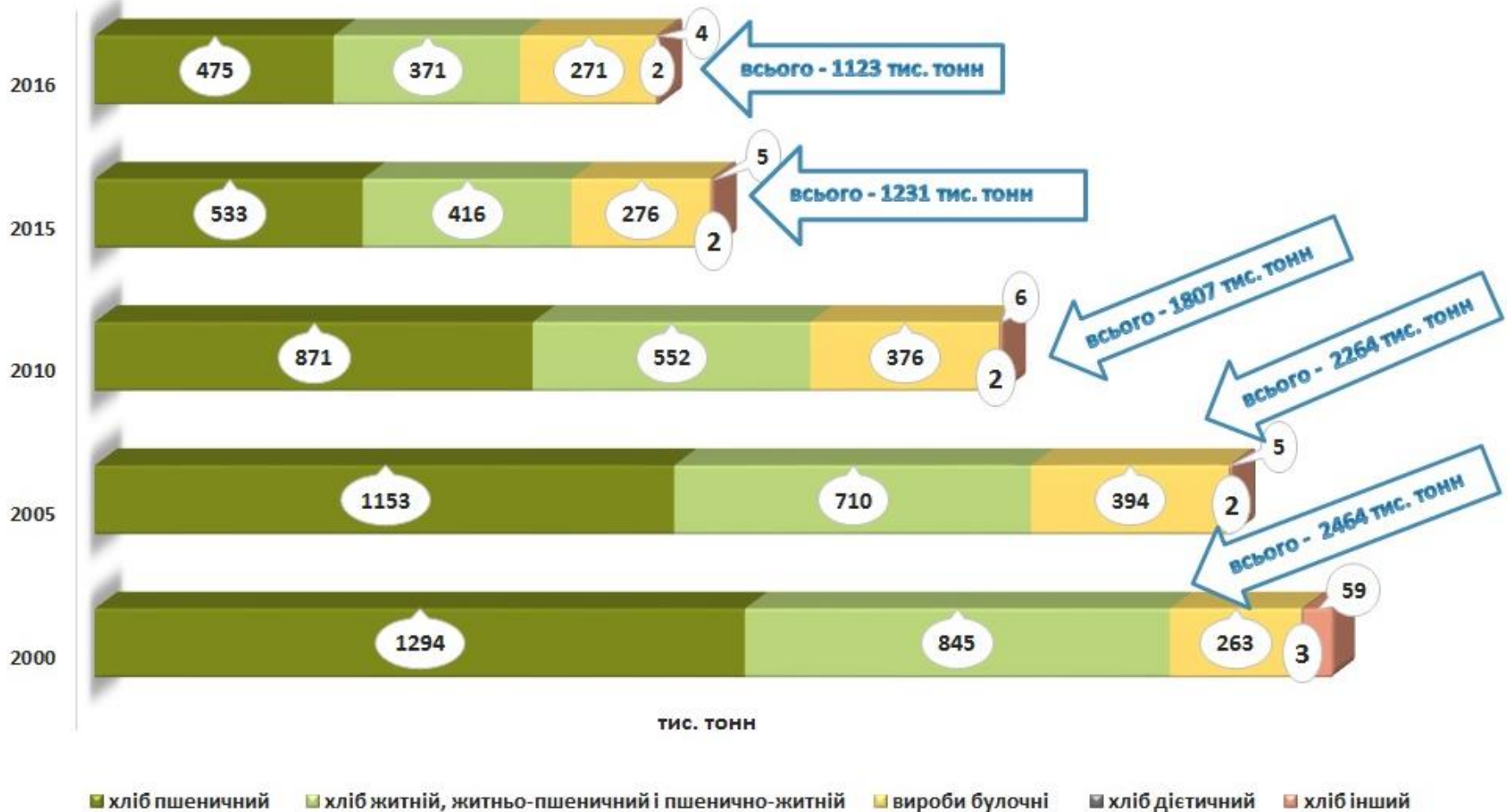


Особливості конкурентного середовища хлібопекарської галузі:



- 72% хліба і хлібобулочних виробів виготовляють промислові хлібозаводи, розташовані у містах і районних центрах (близько 400);
- 6% хліба виготовляють підприємства колишньої системи Укркоопсоюзу.
- 2 % хліба припадає на частку підприємств Укрпродсоюзу;
- 20% хліба і хлібобулочних виробів випікають приватні, малі пекарні

Динаміка виробництва хліба та хлібобулочних виробів нетривалого зберігання (за даними Держстату)



Основні фінансово-економічні показники діяльності ТОВ «Агробізнес», тис. грн

Показники	Роки			Відхилення (+,-)			
	2014	2015	2016	2015 від 2014		2016 від 2015	
				абсол. знач.	В %	абсол. знач.	В %
1	2	3	4	5	6	7	8
Чистий дохід від реалізації робіт	629267	887383	965463	+258116	41	+78080	8,8
Собівартість реалізації робіт	411305	557839	613353	+146534	35,6	+55514	9,9
Чистий прибуток	217962	329544	352110	+111582	51,2	+22566	6,8
Валюта балансу	728364	758364	729919	+30000	4,1	-28445	96,2
Власний капітал	130065	41773	59323	-88292	32,1	+17550	42
Необоротні активи	518360	503578	471424	-14782	97,1	-32154	93,6
Оборотні активи	210004	254786	258495	+44782	21,3	+3709	1,4

№	Критерії та показники конкурентоспроможності	ПАТ «Концерн хліб пром»	ТОВ «Агробізнес» 2016	Бали
1	2	3	4	5
Показники ефективності виробничої діяльності підприємства (ВД) (тис.грн)				
1.1	Показник витрат на одиницю продукції (тис.грн)	2,7	3,2	15
1.2	Фондовідачча Фв (грн)	3,4	2,89	5
1.3	Рентабельність(%)	22	23	10
1.4	Показник продуктивності праці (грн./чол.)	203,9	233,23	15
Фінансове положення підприємства (тис грн.)				
2.1	Коефіцієнт автономії	0,07	0,067	10
2.2	Коефіцієнт платоспроможності	0,02	0,073	15
2.3	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,3	1,07	5
2.4	Коефіцієнт оборотності обігових коштів	1,1	1,29	15
Ефективність організації збуту та просування товару				
3.1	Рентабельність продаж (%)	29,6	36,47	15
3.2	Коефіцієнт затовареністю готовою продукцією	5,7	6,2	15
3.3	Коефіцієнт загрузки виробничих потужностей	1,8	2,1	15
3.4	Коефіцієнт ефективності реклами засобів стимулювання збуту	0,7	0,9	15
Конкурентоспроможність товару				
4.1	Якість товару	4	4	10



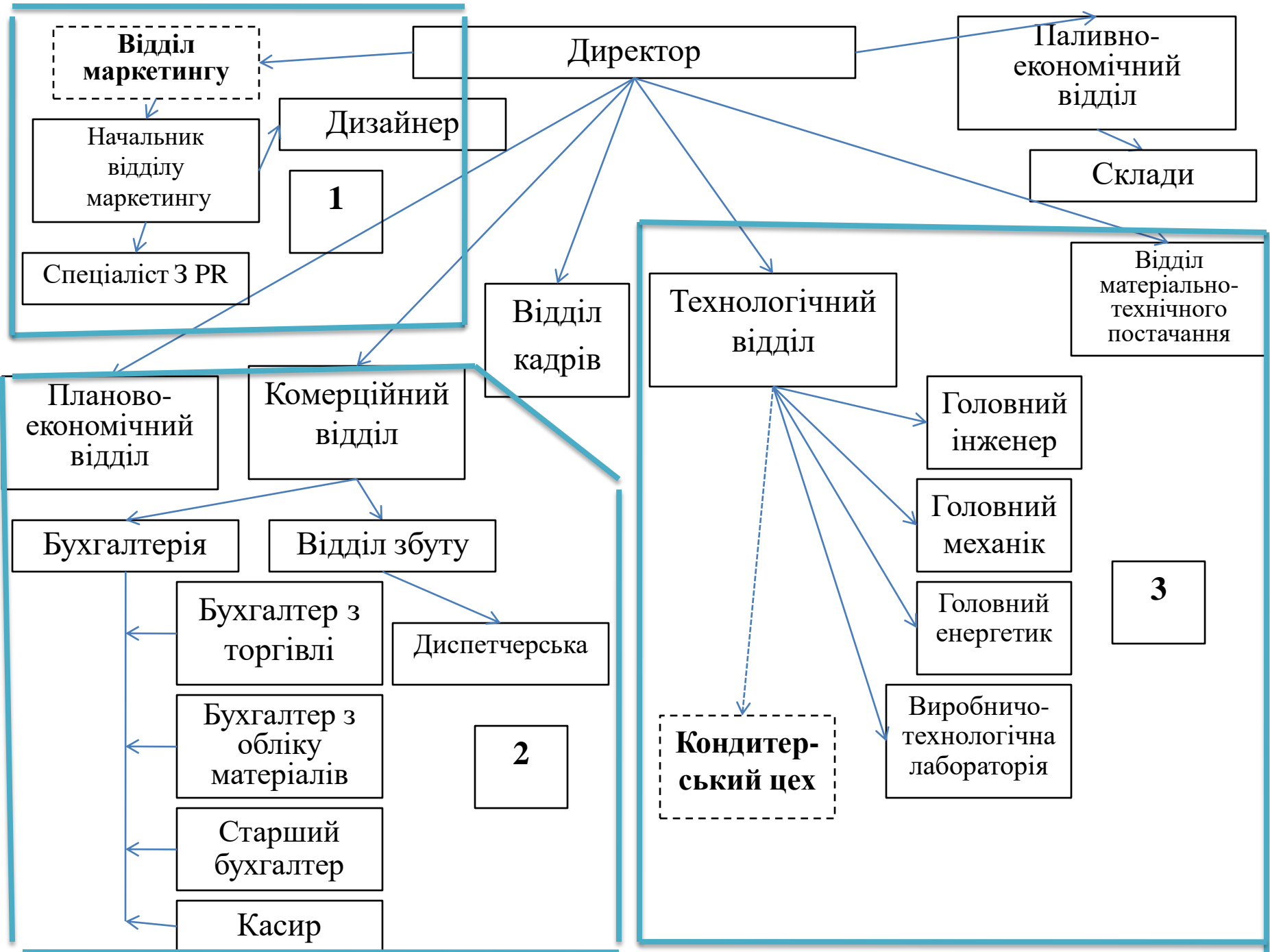
Вплив факторів на діяльність підприємства «Агробізнес»

Зовнішні	Внутрішні
<ul style="list-style-type: none">- Політичні 6 б.- Економічні 8 б.- Соціальні 10 б.- Енергетичні 5 б.- Екологічні 10 б.	<ul style="list-style-type: none">- Зростання продуктивності праці 5 б- Збільшення виробничих потужностей 8б- Організаційні заходи 5б- Кваліфікація кадрів 8б

Рекомендації (пропозиції) з підвищення ефективності управління (менеджменту) підприємством та покращення результатів діяльності

- Розробка нової організаційної структури(виділення маркетингового відділу як окремого підрозділу);
- Налагодження виробництва нового виду продукції (відкриття кондитерського цеху з виготовлення фото тортів та тістечок);
- Запровадження загальної системи якості на підприємстві.





Загальний план рекомендацій та пропозицій

Найменування заходу, що пропонується, та його зміст	Виконавці	Терміни виконання	Витрати, грн,	Економічний ефект, грн.	Інші результати
1)Розробка нової організаційної структури(виділення маркетингового відділу як окремого підрозділу);	Відділ кадрів та назначений директором Начальник відділу маркетингу	2-3 місяці	Загальна сума =1105073, із них одноразові витрати = 54539,0	361440	-Підвищення конкурентоспроможності;
2)Налагодження виробництва нового виду продукції (відкриття кондитерського цеху з виготовлення фото тортів та тістечок);	Технологічний та планово-економічний відділ, бухгалтерія	З 1.08.17 до березня 2018 року	Загальна сума = 1162000, із них одноразові первісні інвестиції = 500 000	1526489	- Нові ринки збуту продукції; - Фірмові вироби за ексклюзивним рецептами .
3)Запровадження загальної системи якості на підприємстві	Виробничо – технологічна лабораторія	2-3 місяці	Загальна сума = 468879,4, із них початкові інвестиції 6000,0	466098	-Підвищення реалізації товарів; -Відповідність європейським стандартам – вихід на нові ринки.
Разом			2735952,4	2354028	



Дякую за увагу!

Агробізнес

100%