

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ

Факультет економіки та менеджменту
Кафедра менеджменту у виробничій сфері

БІДА СВІТЛАНА ВІКТОРІВНА

УДК 334.012.64

ДОСЛІДЖЕННЯ ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ СУБ'ЄКТА
МАЛОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ТЕХНОЛОГІЇ СМАКУ»

Спеціальність 073 – Менеджмент

АВТОРЕФЕРАТ
наукової роботи на здобуття кваліфікації магістра

Тернопіль – 2018

Робота виконана на кафедрі менеджменту та адміністрування факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник:

доктор економічних наук, професор
Сороківська Олена Анатоліївна,
кафедра менеджменту та адміністрування
факультету економіки та менеджменту
Тернопільського національного технічного
університету імені Івана Пулюя

Рецензент:

кандидат економічних наук, доцент
Дудкін Павло Дмитрович,
кафедра менеджменту інноваційної діяльності та
підприємництва факультету економіки та
менеджменту Тернопільського національного
технічного університету імені Івана Пулюя

Захист відбудеться «24» грудня 2018 р. о 9⁰⁰ год. на засіданні екзаменаційної комісії у Тернопільському національному технічному університеті імені Івана Пулюя

Науковий керівник

О.А. Сороківська

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми зумовлена посиленням конкуренції у більшості галузей економіки України, прискоренням політичних і соціальних змін, що обумовлює необхідність забезпечення підприємствами стійких ринкових позицій. Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки і характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища. У зв'язку з цим визначення конкурентного статусу підприємства та пошук шляхів його підвищення є важливим та актуальним питанням сьогодення.

Для успішної роботи підприємства та його прибутковості потрібно постійно моніторити та аналізувати ситуацію на ринку. Важливо не лише конкурувати але вміти співпрацювати з іншими підприємствами. Це не легко, та найкращі результати приносить конкурентна боротьба в якій у виграші залишаються усі, а не хтось один.

Конкуренція сьогодні сильно відрізняється від ситуації, яка була колись. Ринок насичений різноманітними товарами і конкурентна боротьба в більшості галузей ведеться жорстко. Тим не менш, хороший підприємець користується лише чистими методами конкурентної боротьби. Для цього необхідно мати глибокі теоретичні та практичні знання, а також вміти вчасно їх використовувати.

Отже, вищенаведене розкриває актуальність обраної теми магістерської роботи, яка має назву «Дослідження шляхів підвищення конкурентного статусу суб'єкта малого бізнесу на прикладі ТОВ «Технології Смаку».

Метою дипломної магістерської роботи є дослідження теоретичних та практичних засад формування та підвищення конкурентного статусу ТОВ «Технології Смаку».

Для досягнення поставленої мети в дипломній магістерській роботі визначено ряд взаємопов'язаних завдань, основними з яких є:

- дослідити теоретичні засади формування конкурентного статусу підприємства та функціонування суб'єкта малого бізнесу;
- провести аналіз формування конкурентного статусу ТОВ «Технології Смаку»;
- провести дослідження сильних та слабких сторін підприємства;
- розробити проектні пропозиції щодо підвищення конкурентного статусу ТОВ «Технології Смаку»;
- обґрунтувати доцільність впровадження нових видів продукції на ТОВ «Технології Смаку»;
- розрахувати обсяги додаткового прибутку при використанні стратегії диференціації на ТОВ «Технології Смаку».

Об'єктом дослідження є процес формування та підвищення конкурентного статусу підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні та прикладні засади формування та підвищення конкурентного статусу суб'єкта малого бізнесу.

Методи дослідження. Теоретичну і методологічну основу дослідження становлять загальні положення економічної теорії, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених з питань стратегічного менеджменту, підприємництва, економіко-статистичного аналізу, конкуренції. У магістерській роботі використано загальнонаукові і спеціальні методи дослідження: економічного аналізу – для ознайомлення з внутрішньою ефективністю стратегії підприємства; експертного опитування – для оцінювання характеристик профілю покупців; матричні – для визначення факторів ризику та можливостей підприємства; порівняльного аналізу – для оцінювання конкурентного статусу підприємства в порівнянні з основними конкурентами; економіко-статистичного аналізу – для виявлення тенденцій змін показників підприємства за певний час; графічний - для візуалізації результатів дослідження; полярних профілів – для аналізу сильних і слабких сторін; бальної оцінки – для аналізу факторів безпосереднього оточення підприємства; комплексного оцінювання – для узагальнення результатів дослідження та бачення картини в цілому.

Джерела дослідження. Інформаційною базою дослідження слугували матеріали праць українських і зарубіжних науковців, інформація державних органів статистики, законодавчі та нормативні документи з питань регулювання економіки й видавничого підприємництва, звітно-статистичні дані досліджуваного підприємства, аналітичні публікації в науковій і спеціалізованій літературі, а також матеріали спостережень та опитувань, що їх організувала автор.

Наукова новизна отриманих результатів. Наукова новизна дипломної магістерської роботи полягає у дослідженні теоретико-методичних засад, розробленні практичних рекомендацій та обґрунтуванні економічного ефекту заходів, спрямованих на підвищення конкурентного статусу суб'єкта малого бізнесу.

Практичне значення отриманих результатів полягає в підвищенні конкурентного статусу ТОВ «Технології Смаку», обґрунтуванні доцільності пошуку нових постійних клієнтів, а також у визначенні двох видів нової продукції, яку може виготовляти ТОВ «Технології Смаку». Розроблені проектні рішення впроваджено у діяльність досліджуваного підприємства, про що свідчить довідка про впровадження.

Апробація результатів дослідження. Основні положення дипломної магістерської роботи доповідались та отримали позитивну оцінку на Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Світ економічної науки. Випуск 7» (м. Тернопіль, 27 вересня 2018 року).

Структура й обсяг дипломної магістерської роботи. Дипломна магістерська робота складається зі вступу, восьми розділів, висновків, переліку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи – 163 сторінки комп'ютерного тексту, вона містить 59 таблиць і 18 рисунків, 2 додатки, список використаних джерел із 80 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ

У вступі розкрита актуальність теми магістерської роботи, встановлено мету та завдання, предмет та об'єкт, методи та інформаційну базу дослідження, а також подано структуру роботи.

У першому розділі «Теоретичні засади формування конкурентного статусу суб'єкта малого бізнесу» досліджено поняття конкуренції і конкурентного статусу підприємства. Розглянуто чотири основних підходи до визначення поняття конкуренції та роботи на дану тему таких вчених, як: Й. Шумпетер, М. Портер, А. Сміт, Д. Рікардо, І. Ансофф та М. Спендоліні.

Результати проведених досліджень, дозволяють стверджувати, що оцінка конкурентного статусу підприємства повинна відповідати на такі питання: чи достатньо розвинені елементи стратегічного потенціалу, та чи достатньо сприятливі і якою мірою використовуються підприємством умови зовнішнього середовища.

Досліджено, що залежно від сфери і характеру конкурентної боротьби розрізняють: внутрішньогалузеву, міжгалузеву, досконалу і недосконалу, міжнародну та олігополістичну конкуренцію.

Вивчення зарубіжного досвіду становлення конкурентного статусу підприємства привело до розуміння складності та багатогранності процесу. Компанія Nestlé витрачає величезну кількість ресурсів та прикладає чимало зусиль, щоб мати змогу конкурувати і впевнено почувати себе на ринку солодоців.

Усі підприємства за масштабом поділяються на малі, середні та великі, причому ці три форми бізнесу взаємодоповнюють одна одну. Ключовим елементом зовнішнього середовища малого і середнього підприємництва є великий бізнес, він є лідером і прикладом для наслідування. А місце великого підприємництва визначається двома чинниками: його провідною роллю в ринковій системі та його величезним потенціалом підтримки з боку малих та середніх фірм через широкий спектр форм господарської інтеграції.

Таким чином, доцільно зазначити, що мале підприємництво як нова форма суспільно необхідної праці відповідає соціально-економічним інтересам України. Тим не менш внесок малих підприємств в оздоровлення економіки сьогодні явно недостатній. Це пояснюється як загальним спадом виробництва і розривом господарських зв'язків, так і тим, що не одержала розвитку державна підтримка цих підприємств. Тим часом малі підприємства як хитлива підприємницька структура, найбільше залежать від коливань ринку, потребують державної підтримки.

Однією з важливих проблем малого бізнесу в Україні є кредитування. Кредити даються тільки під заставу або поручництво, на що не завжди мають можливість малі підприємства. Спілки малих підприємств, як і спеціальні фонди, не виступають поручителями по кредитах, які одержують ці підприємства. Немає спеціальних банків, які обслуговували б малий бізнес. Особливо в скрутному стані знаходяться приватні малі підприємства. Неможливість одержати кредит виключає спроможність конкурувати з іншими підприємствами.

В Україні існують різні організаційні форми підтримки і захисту інтересів малих підприємств. Для цього створено асоціації малих підприємств, Всесвітня асамблея дрібних і середніх підприємств, різні фонди розвитку і підтримки малого бізнесу. Однак, як правило, численні фонди підтримки малого підприємництва стурбовані своїми власними проблемами і реальної допомоги малим підприємствам не надають.

У другому розділі «Аналіз конкурентного статусу ТОВ «Технології Смаку» наведено основну характеристику, розглянуто організаційну структуру, проаналізовано конкурентний статус підприємства.

Визначено, що ТОВ «Технології Смаку» є приватним підприємством та сімейним бізнесом. Діяльністю товариства є виробництво та реалізація товарів народного споживання, виробничо-технічного призначення, господарських матеріалів та виробів, їх переробка, а також поліграфічні послуги, а саме дизайн, виготовлення кліше та друк плакатів, візиток наклейок, календарів, газет, журналів та іншої друкованої продукції, а також друк на поліетилені, ковбасних оболонках та інших придатних матеріалах.

Основною ціллю організації є забезпечення споживачу високоякісної продукції за умов отримання максимального прибутку. Звідси випливають побічні цілі такі, як:

- контроль якості виробництва;
- ефективне використання ресурсів (як фінансових так і трудових);
- пошук дешевої і якісної сировини.

Місія товариства полягає у розробці оригінального дизайну, виготовленні кліше та друкуванні наклейок, а також друк на поліетилені та ковбасних оболонках.

Розглянуто структуру ТОВ «Технології Смаку», яка є лінійною та складається з таких відділів: технологічний, бухгалтерський, збуту, постачання і адміністративний.

Досліджено, що фактори макросередовища мають більше негативний вплив на підприємство, аніж позитивний. Підприємству варто звернути увагу на фактори, які негативно впливають на нього: купівельна спроможність населення, рівень інфляції, фінансово-кредитна політика країни, політична стабільність суспільства, взаємодія виконавчої та законодавчої гілки влади, стан законодавства, який регулює господарську діяльність, чисельність населення, частка активного населення.

Фактори макросередовища є загальними і підприємство не має на них впливу, але може провести деякі внутрішні зміни, аби пристосуватись до них. Наприклад враховуючи зниження платоспроможності населення надати перевагу випуску більш дешевої і невибагливої продукції.

Фактори макросередовища, які позитивно впливають на підприємство варто використати на повну: середні темпи технологічних змін, середній інноваційний потенціал галузі, технічний рівень і якість продукції, рівень освіти в Україні, середній рівень забруднення навколишнього середовища. Наприклад те, що в Україні невисокий рівень забруднення дає можливість виробникам працювати без надлишкових податків.

Результати проведених досліджень, дозволяють стверджувати, що ТОВ «Технології Смаку» може використати стратегію «Міні-Максі», щоб мінімізувати слабкі сторони фірми за рахунок використання зовнішніх можливостей. Фірма повинна прагнути посилити конкурентні позиції у тих галузях, де це можливо, з одночасною ліквідацією слабких господарських підрозділів.

Таким чином, доцільно зазначити, що сильні сторони ТОВ «Технології Смаку» значно переважають слабкі, а можливості компанії значно переважають її загрози. Найбільшою можливістю для ТОВ «Технології Смаку» є вихід на нові ринки, а найбільшою загрозою відповідно є скорочення ринку послуг.

У третьому розділі «Розробка проектних пропозицій, спрямованих на підвищення конкурентного статусу ТОВ «Технології Смаку» розроблено три пропозиції, спрямовані на підвищення конкурентного статусу ТОВ «Технології Смаку».

Визначено, що ТОВ «Технології Смаку» має дуже вузьку сферу діяльності - займається виготовленням етикеток-самоклейок на ковбасні вироби та рибні і м'ясні консерви. Підприємству рекомендується використати стратегію диференціації. У роботі розглянуто три пропозиції спрямованих на підвищення конкурентного статусу підприємства: виготовлення етикеток, пошук нових клієнтів та виготовлення листівок.

Щоб виготовляти етикетки для одягу, підприємству необхідно закупити відповідне обладнання: принтер для друку етикеток AVERY DENNISON PAXAR SNAP 500, а також матеріали: сатин та ріббони. Виготовлення етикеток для одягу може стати досить прибутковим, адже у Тернопільській області та поблизу відкривається все більше швейних фабрик, яким для завершення готового виробу потрібні етикетки. За розрахунками період окупності проекту становить три роки а середньорічний додатковий прибуток 75 521 грн.

Згідно з дослідженнями, ТОВ «Технології Смаку» займає найменшу частку ринку, порівняно зі своїми основними конкурентами. Покращити становище підприємства можливо, ведучи активну маркетингову політику та оновлюючи клієнтську базу.

Для цього необхідно найняти людину, яка активно займатиметься пошуком потенційних клієнтів. На підприємстві працює всього 17 осіб, тому давати це завдання комусь із вже наявних

працівників не варто, адже це відриватиме їх від основної роботи і в результаті ні одне ні інше не буде зроблене якісно. Потрібна людина ззовні, активна, комунікабельна, краще жінка. Її завданням буде:

- пошук потенційних клієнтів (підприємств, що виготовляють ковбасні/консервні вироби);
- розсилка електронною поштою інформації про послуги, які надає ТОВ «Технології Смаку»;

- ведення інтернет-сайту ТОВ «Технології Смаку», який ще потрібно створити(спочатку це може бути найпростіший сайт з основною інформацією про підприємство та діалоговим вікном «Задайте нам запитання», пізніше його можна буде оновити до більш привабливої версії);

- телефонні дзвінки;

- розсилка зразків продукції;

- опитування та анкетування наявних клієнтів, щодо якості продукції та обслуговування, які надає підприємство «Технології Смаку» та побажань до подальшої співпраці(важливо знати, що подобається і що засмучує клієнтів у нашій діяльності, щоб мати можливість покращити свою роботу).

За розрахунками проект є прибутковим, період окупності – 2 роки 6 місяців, чиста теперішня вартість складе 8 321 грн., індекс прибутковості – 26%, внутрішня ставка доходності 12%. Перші два роки майже повністю підуть на те, щоб проект окупився, та наступні роки принесуть від нього непоганий прибуток. Тим не менш, проект є ризикованим. Адже реакцію людей прорахувати неможливо, за рік часу підприємство може як набути більше ніж три постійних клієнти, так і не набути жодного.

За останні роки кількість підприємств-клієнтів ТОВ «Технології Смаку» значно скоротилась, багато підприємців припинили виробництво, інші почали замовляти меншими партіями. За результатами SWOT-аналізу підприємству запропоноване виготовлення нового виду продукції, як одна із стратегій підвищення конкурентного статусу ТОВ «Технології Смаку», пропонуємо виготовляти оригінальні листівки. У магазинах міста можна знайти багато стандартних листівок з привітаннями, та більшість із них застаріла, а ті, які могли би сподобатись, мають надзвичайно високу ціну, клієнти потребують нестандартних картинок та привітань і ТОВ «Технології смаку» може вирішити цю проблему.

Збут можна організувати двома шляхами:

1) Інтернет-магазин – сьогодні усі вміють користуватись телефоном або комп'ютером, це зручно тим, що не потрібно нікуди йти, а асортимент можна переглянути гортаючи сторінку. Разом з тим на сторінці інтернет магазину можна проводити опитування (найкращі кольори для листівки на День Народження), розіграші (помісти пост з рекламою на своїй сторінці Facebook та

отримає можливість виграти набір листівок у старовинному стилі) та інші заходи, спрямовані на зацікавлення потенційних покупців.

2) Співпраця з існуючими магазинами, де продають друковані матеріали.

Варто пам'ятати про те, що продаж листівок є сезонним бізнесом, а отже обсяг прибутків у різні місяці буде сильно коливатись. За розрахунками проект є прибутковим, період окупності 10 місяців, чиста теперішня вартість 4 719 грн., індекс прибутковості 1,1, внутрішня ставка доходу 20 %. Перший рік майже повністю піде на те, щоб проект окупився, та в наступні роки він приноситиме дохід. Найбільший ризик реалізації проекту полягає у невизначеності, яка стосується продажів продукції.

Досліджено, що кожна з пропозицій має свої переваги та недоліки. Проте найбільший економічний ефект має пропозиція виготовлення етикеток для іграшок, вона ж найшвидше окупить та лідирує по інших показниках: чиста теперішня вартість, індекс прибутковості, внутрішня ставка доходу. Додатна чиста теперішня вартість усіх проектів свідчить про те, що жоден з них у перспективі не є збитковим. Найдовший термін окупності у проекту пошуку нових клієнтів, а найменший індекс прибутковості у проекту виготовлення листівок.

Результати проведених досліджень, дозволяють стверджувати, що для ТОВ «Технології Смаку» найоптимальнішим проектом буде – виготовлення етикеток для іграшок. Найбільший ризик цього проекту у тому, що підприємство може не знайти достатньо клієнтів для продажу етикеток. Тому варто сумістити цей проект з проектом пошуку нових клієнтів, якщо вони діятимуть синергійно, тоді ТОВ «Технології смаку» матиме можливість стрімко розвиватися.

Таким чином, доцільно зазначити, що будь який із зазначених проектів має свої переваги і недоліки, які найбільше виявлятимуться в реальному часі. Тому перед вибором проекту рекомендується:

- Опитати потенційних клієнтів та з'ясувати, чи потрібні їм послуги ТОВ «Технології Смаку» і яку ціну вони готові платити;
- Знайти відгуки про постачальників сировини та обладнання;
- Ретельно обміркувати переваги і недоліки логістики усіх проектів(у випадку виготовлення етикеток, товар доставляється на найближче відділення пошти або клієнт сам забирає його, при виготовленні листівок, їх потрібно розвезти по магазинах та часто відправляти невеликими партіями).

У четвертому розділі «Спеціальна частина» досліджено особливості розвитку поліграфічної галузі та проаналізовано законодавчу базу функціонування ТОВ «Технології Смаку». Визначено, що товариство з обмеженою відповідальністю «Технології Смаку», яке далі іменується «Товариство», створене на підставі Цивільного кодексу України, Господарського кодексу України, Закону України «Про господарські товариства», Закону України «Про

зовнішньоекономічну діяльність», здійснює свою діяльність згідно з чинним законодавством України та статутом.

Розглянуто Закон України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю», який набрав чинності 6 лютого 2018 року, та зміни внесені в нього, порівняно з попередньою версією закону.

Досліджено, що ТОВ «Технології Смаку» є приватним підприємством та сімейним бізнесом. Діяльністю товариства є виробництво та реалізація товарів народного споживання, виробничо-технічного призначення, господарських матеріалів та виробів, їх переробка, а також поліграфічні послуги, а саме дизайн, виготовлення кліше та друк плакатів, візиток наклейок, календарів, газет, журналів та іншої друкованої продукції, а також друк на поліетилені, ковбасних оболонках та інших придатних матеріалах.

Результати проведених досліджень, дозволяють стверджувати, що ТОВ «Технології Смаку» за видом діяльності відноситься до галузі промисловості – поліграфія.

Таким чином, доцільно зазначити, що сучасні умови на поліграфічному ринку характеризуються послідовним спадом об'ємів друкованої продукції, збільшенням кількості збиткових типографій, зміни структури ринку поліграфічних робіт в результаті посилення конкуренції з зарубіжною поліграфічною базою.

У п'ятому розділі «Обґрунтування економічної ефективності» обґрунтовано економічну ефективність проектних пропозицій, спрямованих на підвищення конкурентного статусу ТОВ «Технології Смаку».

У роботі розглянуто три пропозиції: виготовлення етикеток, пошук нових клієнтів та виготовлення листівок. Розраховані такі показники економічної ефективності: річний економічний ефект, середній період окупності роки, чиста теперішня вартість проекту, індекс прибутковості, внутрішня ставка доходу.

Найбільший економічний ефект має пропозиція виготовлення етикеток для іграшок, вона ж найшвидше окупиться та лідирує по інших показниках: чиста теперішня вартість, індекс прибутковості, внутрішня ставка доходу. Додатна чиста теперішня вартість усіх проектів свідчить про те, що жоден з них у перспективі не є збитковим. Найдовший термін окупності у проекту пошуку нових клієнтів, а найменший індекс прибутковості у проекту виготовлення листівок.

У шостому розділі «Охорона праці на ТОВ «Технології Смаку» досліджено управління охороною праці на підприємстві.

Проаналізовано стан виробничого травматизму та захворювань у ТОВ «Технології Смаку». Результати проведених досліджень, дозволяють стверджувати, що коефіцієнт частоти травматизму у 2016 порівняно з 2015 роком знизився, так само, як і коефіцієнт непрацездатності, а от коефіцієнт тяжкості травматизму навпаки підвищився.

Досліджено, що найбільш потенційно небезпечним видом роботи на підприємстві є безпосередній друк етикеток. На ТОВ «Технології Смаку» використовується машина флексографічного друку ФП-10.

Таким чином, доцільно зазначити, що при впровадженні заходів з поліпшення умов праці й пожежної безпеки підприємство отримає економію коштів у сумі 1363 грн./рік та незначне поліпшення продуктивності праці.

У сьомому розділі «Безпека в надзвичайних ситуаціях» визначено порядок дій при виникненні надзвичайних ситуацій на підприємстві. Визначено, що головною небезпекою для наземних об'єктів становлять ударна хвиля, світлове (теплове) випромінювання, вторинні вражаючі фактори і радіоактивне зараження місцевості.

Досліджено, що оцінка ступеня руйнувань ТОВ «Технології Смаку» може здійснюватися або методом порівняння наявних довідкових даних для розглянутого виду чи аналогічного йому елемента, або методом розрахунку впливу ударних навантажень і сил зсуву на елемент.

Результати проведених досліджень, дозволяють стверджувати, що основним методом захисту продовольчих та непродовольчих товарів є максимальна їх ізоляція від зовнішнього середовища.

Таким чином, доцільно зазначити, що важливим критерієм стійкості роботи ТОВ «Технології Смаку» в умовах радіоактивного забруднення є максимальна припустима доза опромінення, яка не призводить до втрати працездатності людей і захворювання їх променевою хворобою.

У восьмому розділі «Екологія» досліджено вплив екологічності продукції на конкурентний статус підприємства. Визначено, що фірми, що користуються репутацією екологічно чистих виробництв, мають більше шансів залучити висококваліфіковану робочу силу, зацікавити потенційних інвесторів. Водночас, для зміцнення своїх позицій на ринку підприємці значну увагу приділяють випуску екологічно безпечної продукції, яка має бути конкурентоспроможною і за якістю, і за ціною.

Досліджено, що основою і запорукою ефективного вирішення екологічних проблем залишається інформування громадськості, у тому числі через засоби масової інформації (ЗМІ) про стан навколишнього природного середовища, можливі наслідки стихійних лих та шляхи запобігання виникненню надзвичайних ситуацій що призводять в деяких випадках до екологічних катастроф.

Таким чином, доцільно зазначити, що великим кроком вперед на шляху інформування не тільки вітчизняної, а й світової громадськості про стан навколишнього природного середовища в Україні стала створена у 2000 р. веб-сторінка Мінекоресурсів в Інтернеті.

ВИСНОВКИ

Отже, у представленій дипломній магістерській роботі досліджено теоретичні засади та практичні аспекти процесу формування конкурентного статусу підприємства, а також розроблено проектні пропозиції щодо його підвищення.

Розглянуто чотири основних підходи до визначення поняття конкуренції та роботи на дану тему таких вчених, як: Й. Шумпетер, М. Портер, А. Сміт, Д. Рікардо, І. Ансофф та М. Спендоліні. Вивчення зарубіжного досвіду становлення конкурентного статусу підприємства привело до розуміння складності та багатогранності процесу управління підприємством.

Результати проведених досліджень, дозволяють стверджувати, що оцінка конкурентного статусу підприємства повинна відповідати на такі питання: чи достатньо розвинені елементи стратегічного потенціалу, та чи достатньо сприятливі і якою мірою використовуються підприємством умови зовнішнього середовища.

Визначено, що ТОВ «Технології Смаку» є приватним підприємством та сімейним бізнесом. Діяльністю товариства є виробництво та реалізація товарів народного споживання, виробничо-технічного призначення, господарських матеріалів та виробів, їх переробка, а також поліграфічні послуги, а саме дизайн, виготовлення кліше та друк плакатів, візиток наклейок, календарів, газет, журналів та іншої друкованої продукції, а також друк на поліетилені, ковбасних оболонках та інших придатних матеріалах.

Проведена оцінка конкурентного статусу ТОВ «Технології Смаку» дозволяє стверджувати, що фактори макросередовища мають більше негативний вплив на підприємство, аніж позитивний. Підприємству варто звернути увагу на фактори, які негативно впливають на нього: купівельна спроможність населення, рівень інфляції, фінансово-кредитна політика країни, політична стабільність суспільства, взаємодія виконавчої та законодавчої гілки влади, стан законодавства, який регулює господарську діяльність, чисельність населення, частка активного населення.

Таким чином, доцільно зазначити, що сильні сторони ТОВ «Технології Смаку» значно переважають слабкі, а можливості компанії значно переважають її загрози. Найбільшою можливістю для ТОВ «Технології Смаку» є вихід на нові ринки, а найбільшою загрозою відповідно є скорочення ринку послуг.

Розроблено три пропозиції, спрямовані на підвищення конкурентного статусу ТОВ «Технології Смаку». Визначено, що ТОВ «Технології Смаку» має дуже вузьку сферу діяльності - займається виготовленням етикеток-самоклейок на ковбасні вироби та рибні і м'ясні консерви. Підприємству рекомендується використати стратегію диференціації.

Згідно з дослідженнями, ТОВ «Технології Смаку» займає найменшу частку ринку, порівняно зі своїми основними конкурентами. Покращити становище підприємства можливо, ведучи активну маркетингову політику та оновлюючи клієнтську базу.

Досліджено, що кожна з пропозицій має свої переваги та недоліки. Проте найбільший економічний ефект має пропозиція виготовлення етикеток для іграшок, вона ж найшвидше окупиться та лідирує по інших показниках: чиста теперішня вартість, індекс прибутковості, внутрішня ставка доходу. Додатна чиста теперішня вартість усіх проектів свідчить про те, що жоден з них у перспективі не є збитковим. Найдовший термін окупності у проекту пошуку нових клієнтів, а найменший індекс прибутковості у проекту виготовлення листівок.

Результати проведених досліджень, дозволяють стверджувати, що для ТОВ «Технології Смаку» найоптимальнішим проектом буде – виготовлення етикеток для іграшок. Найбільший ризик цього проекту у тому, що підприємство може не знайти достатньо клієнтів для продажу етикеток. Тому варто сумістити цей проект з проектом пошуку нових клієнтів, якщо вони діятимуть синергійно, тоді ТОВ «Технології смаку» матиме можливість стрімко розвиватися.

Список опублікованих праць за темою дипломної магістерської роботи

1. Біда С. Сучасний стан конкуренції в Україні: проблеми і шляхи їх подолання /С.В. Біда, О.А. Сороківська // Світ економічної науки: збірник матеріалів VII Міжнародної науково–практичної інтернет-конференції (м. Тернопіль, 27 вересня 2018 року). – Громадська організація «Наукова спільнота». – Тернопіль, 2018. – С. 31-34.

АНОТАЦІЯ

Біда С.В. Дослідження шляхів підвищення конкурентного статусу суб'єкта малого бізнесу, на прикладі ТОВ «Технології Смаку» [Рукопис]: комплексна дипломна робота на здобуття кваліфікації магістра за спеціальністю 8.03060101 / Світлана Вікторівна Біда; ТНТУ. — Тернопіль: [б. в.], 2018. — 163с.

Магістерська робота: 163с., 18 рис., 59 табл., 2 додатки, 80 літературних джерел.

Об'єкт дослідження – процес формування та підвищення конкурентного статусу підприємства.

Метою роботи є дослідження теоретичних та практичних засад формування та підвищення конкурентного статусу ТОВ «Технології Смаку».

Методи дослідження – економічного та порівняльного аналізу, метод експертного опитування, матричний метод.

Розроблено проектні рішення щодо підвищення конкурентного статусу підприємства шляхом виготовлення нового виду етикеток, пошуку нових клієнтів та друку оригінальних листівок на ТОВ «Технології Смаку».

Результати дослідження впроваджено у діяльність ТОВ «Технології Смаку».

Ключові слова: конкурентний статус, конкуренція, стратегія диверсифікації, пошук клієнтів, друк, виготовлення етикеток, прибутковість, рентабельність.

ABSTRACTS

Bida S.V. Investigation of ways to increase the competitive status of a small business entity for example LLC "Technology of Taste" [Manuscript]: comprehensive thesis for obtaining the qualification master's degree in 8.03060101 / Svitlana Bida; TNTU. - Ternopil [b. in.], 2018. - 163 p.

Diploma work: 163 pages, 18 figures, 59 tables, 2 appendixes, 80 references.

The Object of Investigation – the process of formation and increasing of the competitive status of the enterprise.

The Aim of the Work is research of the theoretical and practical principles of formation and increasing of the competitive status of LLC "Technology of Taste".

Research methods – economic and comparative analysis, expert survey and matrix method.

Design decisions were made to increase the competitive status of the company by manufacturing a new kind of labels, finding new clients and printing original postcards in LLC "Technology of Taste".

The results were implemented in activity of LLC "Technology of Taste".

Key words: competitive status, competition, diversification strategy, customer search, printing, label manufacturing, profitability, efficiency.