

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

ШВЕЦЬ ІГОР МИКОЛАЙОВИЧ

УДК 658.153

**КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ
СТРАТЕГІЇ ЇХ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ (НА ПРИКЛАДІ ПАТ «ТЕРА»)**

Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

**АВТОРЕФЕРАТ
дипломної роботи
на здобуття освітнього рівня «магістр»**

Тернопіль – 2019

Дипломною роботою за освітнім рівнем «магістр» є рукопис.

Робота виконана на кафедрі економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Науковий керівник: доктор історичних наук, доцент
Левицький Віталій Орестович
Тернопільський національний технічний
університет імені Івана Пулюя
доцент кафедри економіки та фінансів

Рецензент: доктор економічних наук, доцент
Якимишин Лілія Ярославівна
Тернопільський національний технічний
університет імені Івана Пулюя
доцент кафедри промислового маркетингу

Завідувач кафедрою економіки та фінансів О.В. Панухник

Захист відбудеться «27» грудня 2019 р. о. 10⁰⁰ годині на засіданні
екзаменаційної комісії №1 у Тернопільському національному технічному
університеті імені Івана Пулюя за адресою: 46001, м. Тернопіль, вул. Білогірська
50, навчальний корпус № 10, ауд.143.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Сучасний стан промисловості країни свідчить про складність створення цивілізованого ринку лише шляхом пасивного слідування за ринковими реформами, що проводяться. Сучасний досвід світового господарства підказує необхідність активного втручання у цей процес безпосередніх суб'єктів ринку – підприємств. І в першу чергу це стосується формування методів ефективної роботи в умовах розвитку конкуренції. Успішне функціонування вітчизняних промислових підприємств у складному, динамічному і невизначеному середовищі вимагає від них мобілізації зусиль з адаптації, гнучкості системи управління і виробничої системи, повного й комплексного використання власного стратегічного потенціалу і вміння протистояти конкурентам.

Проблема підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції в умовах подальшого розвитку економіки пов'язана, насамперед, з розробкою системи управління конкурентоспроможністю. Завоювання та утримання конкурентних переваг – ключові фактори успіху підприємства в конкурентній боротьбі. Особливої гостроти ця проблема набуває в умовах посилення інтенсивності конкуренції на окремих ринках, де виробникам продукції потрібно постійно відслідковувати зміни попиту, вартості сировинних ресурсів, а питання рентабельності активів прямо залежить від ступеня використання новітніх підходів у сфері стратегічного маркетингу.

Формування конкурентних відносин сприяє створенню розвиненого, цивілізованого ринку, що включає сферу виробництва й товарообміну. Завдяки активному інтересу до проблем підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, що виник внаслідок розвитку ринкових відносин, з'явилася велика кількість розробок, спрямованих на вирішення цієї проблеми.

Однак низку завдань теоретико-методичного обґрунтування оцінювання, підтримки та формування конкурентоспроможності продукції підприємства розроблено недостатньо повно і за сучасних умов господарювання вони вимагають уточнення та розвитку.

Незважаючи на значні досягнення в теорії та практиці управління конкурентоспроможністю підприємства та його продукції, є ряд проблем, які залишаються предметом дискусій і обговорень вчених-економістів. Так, у більшості наукових праць вітчизняних і закордонних учених використовується універсальний підхід при розгляді ролі конкурентних переваг підприємства в процесах збільшення присутності на ринку, з урахуванням посилення інтенсивності галузевої конкуренції. При цьому недостатньо систематизовані поняття і методологія для вивчення рівня конкурентоспроможності підприємства як найважливішого інструмента посилення позицій підприємства в конкурентній боротьбі, недостатньо досліджено питання розробки й практичного використання кількісного підходу для оцінки результатів управління конкурентними перевагами.

У сучасних умовах кожному підприємству особливо важливо правильно оцінити ринкову ситуацію, що склалася, для того, щоб запропонувати ефективні засоби конкуренції, які, з одного боку, відповідали б цій ринковій ситуації та тенденціям її розвитку, а з іншого боку – особливостям конкретного виробництва. Найбільш складними етапами цієї роботи є осмислення шляхів досягнення конкурентних переваг продукції і розробка на цій основі заходів щодо посилення

конкурентної позиції підприємства.

Питання конкурентних переваг та особливості їх забезпечення є об'єктом глибокого і всебічного вивчення широкого кола як зарубіжних, так і вітчизняних вчених-економістів. Основою досліджень теоретичних аспектів конкурентних переваг виступають праці таких видатних представників світової економічної думки, як Е. Альтман, І. Ансофф, Т. Бейтмен, Д. Болл, П. Друкер, Ф. Котлер, Ж-Ж. Ламбен, В. Маккалах, К. Макконнелл, М. Портер, А. Стрікланд, А. Томпсон, С. Шелл.

Вагомий внесок у дослідження різних аспектів проблеми забезпечення конкурентних переваг зробили вітчизняні вчені. Серед них Г.Л. Азоєв, В.Д. Базилевич, В.Л. Белоусов, З.М. Борисенко, А.С. Гальчинський, Є.П. Голубков, Б.М. Данилишин, П.С. Зав'ялов, Ю.В. Макогон, О.Г. Нефедова, В.П. Семиноженко, А.О. Старостіна, Х.А. Фасх'єв, Р.А. Фатхутдінов, А.Ю. Юданов та інші.

Метою даного дослідження є розробка та удосконалення механізму забезпечення конкурентних переваг підприємства на вітчизняному ринку.

Завданнями даної роботи є:

- дослідження конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємства : сутність, взаємозв'язок та фактори впливу;
- визначення підходів до визначення, класифікація, властивості та механізм забезпечення конкурентних переваг підприємства;
- розгляд механізмів реалізації конкурентної стратегія – основа забезпечення конкурентних переваг підприємства;
- техніко-економічна характеристика діяльності підприємства ПАТ «ТерА»;
- діагностика фінансового потенціалу та визначення рейтингу конкурентоспроможності підприємства;
- оцінка маркетингової політики та конкурентних позицій підприємства на ринку;
- розробка механізму організаційно-економічного забезпечення конкурентних переваг підприємства ПАТ «ТерА»;
- узагальнення особливостей модифікації системи управління збутом підприємства – напрямом досягнення конкурентних переваг;
- пропонування розробки та впровадження нової продукції – аспект посилення конкурентних переваг підприємства ПАТ «ТерА»;
- обґрунтування економічної ефективності заходів та їх вплив на результати фінансово-господарської діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження виступають фінансово-господарська діяльність підприємства - приватного акціонерного товариства «ТерА» (надалі – ПАТ «ТерА»).

Предметом дослідження є особливості взаємовідносин між суб'єктами господарювання в процесі формування конкурентних переваг підприємства ПАТ «ТерА».

Для вирішення питань розробки стратегії забезпечення конкурентних переваг підприємства на ринку були використані сучасні методи дослідження, а саме розрахунку ефективності управління конкурентоздатністю, методи системних досліджень перспектив у галузі. У процесі дослідження використано загальнонаукові методи аналізу, порівняння і узагальнення, методи економічного і

економіко-статистичного аналізу з метою проведення оцінки сучасного стану розвитку кондитерських підприємств, конкурентоспроможності продукції та послуг кондитерської галузі на локальних ринках і тенденцій їх зміни.

Наукова новизна представлених результатів дослідження полягає у розробці та впровадженні механізму організаційно-економічного забезпечення конкурентних переваг підприємства ПАТ «ТерА», а також вироблені концепції модифікації системи збуту досліджуваного підприємства.

Практичне значення основних результатів дослідження полягає у тому, що основні аспекти удосконалення механізмів набуття конкурентних переваг можуть бути використані менеджерами, економістами та маркетологами в практичній діяльності підприємства ПАТ «ТерА».

Теоретичне значення роботи полягає в опрацюванні періодики, науково-практичної літератури, Інтернет-ресурсів в аспекті дослідження теоретичних підходів забезпечення конкурентних переваг підприємства для подальшої подачі практичних пропозицій.

Апробація результатів дослідження. Основні результати представлено в магістерській роботі дослідження висвітлені на II міжнародному студентському науковому форумі «Креативна економіка очима молоді» у 2-х томах (29-31 березня 2018 р.).

Структура магістерської роботи. Випускна робота розміщена на 146 сторінках машинописного тексту, в роботі є вступ, шість взаємопов'язаних розділів, висновків до розділів, висновків та пропозицій, список використаних джерел, який налічує 98 джерел, в роботі представлено 41 таблиця і 41 рисунок та 14 додатків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У вступі магістерської роботи відображено актуальність теми дослідження, встановлено мету та завдання, предмет та об'єкт, методи та інформаційну базу дослідження, а також описано наукову новизну, теоретичні та практичне значення і апробування отриманих результатів.

У першому розділі «Теоретичні підходи дослідження конкурентних переваг підприємства» досліджено сутність, взаємозв'язок та фактори впливу конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємства, визначено підходи до визначення, класифікації, властивості та механізму забезпечення конкурентних переваг підприємства, розглянуто механізми реалізації конкурентної стратегія як основа забезпечення конкурентних переваг підприємства.

Автором представлена позиція, що конкурентна перевага – це насамперед здатність підприємства якнайкраще використовувати свої обмежені ресурси, досягаючи більш стійкого і тривалого положення на ринку порівняно з конкурентами.

Забезпечення конкурентних переваг як механізму створення умов, необхідних для максимально повного та всебічного використання позитивних відмінностей підприємства від конкурентів, які в короткостроковому періоді забезпечують підвищення ефективності його діяльності, а в довгостроковому – його виживання, яке реалізується шляхом постійного пошуку нових можливостей і швидкої адаптації до навколишнього ринкового середовища та умов конкурентної боротьби, що змінюються.

Основні етапи процесу забезпечення конкурентних переваг підприємства та його продукції: аналіз зовнішнього середовища, формулювання та вибір цілей, визначення шляхів досягнення конкурентних переваг, визначення можливостей для досягнення конкурентних переваг, фінансове забезпечення, організаційне забезпечення, оцінка та контроль.

На думку автора, конкурентна стратегія являє собою модель поведінки підприємства, яка має на меті досягнення конкурентних переваг на міжнародному ринку за наявних ресурсів та з врахуванням умов як внутрішнього, так і зовнішнього середовища функціонування. Очевидно, що питання розробки та впровадження стратегій конкуренції на рівні підприємств, галузей та національних економік виступає одним із пріоритетних завдань управління. Від того, наскільки ефективною буде обрана та впроваджена стратегія, буде залежати успіх підприємства як на національному, так і міжнародному ринку.

У другому розділі «Практичні аспекти оцінки конкурентних переваг підприємства (на прикладі підприємства ПАТ «ТерА»)» досліджено техніко-економічну характеристику діяльності підприємства ПАТ «ТерА», здійснено діагностику фінансового потенціалу та визначено рейтинг конкурентоспроможності підприємства, оцінено маркетингову політику підприємства та конкурентних позицій підприємства на ринку.

Об'єктом дослідження виступало ПАТ «ТерА» – підприємство, котре спеціалізується на виробництві кондитерських виробів. Підприємство ПАТ «ТерА» пройшло довгий шлях свого розвитку від дрібного підприємства, котре виготовляло обмежений асортимент продукції до підприємства лідера у сфері кондитерських виробів м.Тернополя та Тернопільщини. Сьогодні ПАТ «ТерА» спеціалізується на виробництві кондитерських виробів. Після тривалого застою ПАТ «ТерА» збільшило об'єми виробництва. Воно стало одним із перших підприємств у Тернополі.

Узагальнивши результати дослідження фінансового потенціалу підприємства ПАТ «ТерА» та проаналізувавши інтегральний показник конкурентоспроможності автором відмічено низькі конкурентні можливості підприємства, що обумовлено низькими показниками фінансово-господарської діяльності підприємства. Зокрема, відмітити негативні тенденції до зниження розміру власного капіталу, орієнтацію на позичковий капітал, основних засобів, реалізованої продукції і зростання рівня кредиторської та дебіторської заборгованостей підприємства ПАТ «ТерА», а також наявність чистого збитку, який мав місце у період 2017- 2018 років. До негативних тенденцій слід віднести значну собівартість реалізації продукції (становить більше 90% реалізації), від'ємні показники рентабельності реалізації та рентабельності активів. Позитивними аспектами діяльності підприємства є приріст активів та зростання обсягу реалізації продукції досліджуваного підприємства за весь досліджуваний період.

Необхідно відмітити низьку конкурентоспроможність підприємства за фінансовими показниками, адже інтегральний показник конкурентних можливостей підприємства протягом п'яти років залишався на досить низькому рівні. Оцінивши якісні показники конкурентних можливостей та переваг, що характеризують маркетингову ефективність підприємства ПАТ «ТерА» нами

відмічено, що підприємство значно програє основному конкуренту підприємству ПАТ «Рошен» (195 балів проти 216 балів). Конкурентними перевагами підприємства є висока якість, ціна, асортимент продукції, а також вдале розташування підприємства (основні виробничі потужності зосереджено у містах Тернополі та Києві).

У третьому розділі «Стратегія забезпечення конкурентних переваг підприємства ПАТ «ТерА»» розроблено механізм організаційно-економічного забезпечення конкурентних переваг підприємства ПАТ «ТерА», узагальнено особливості модифікації системи управління збутом підприємства як напрямку досягнення конкурентних переваг, запропоновано розробку та впровадження нової продукції – аспект посилення конкурентних переваг підприємства ПАТ «ТерА».

Для підвищення конкурентних позицій підприємства ПАТ «ТерА» на ринку кондитерських виробів пропонується ряд заходів:

А. Система забезпечення високої конкурентоспроможності підприємства ПАТ «ТерА» на локальному ринку має охоплювати наступні напрями: 1) заходи на підвищення якості продукції та технічного рівня виробництва; 2) заходи, орієнтовані на зменшення витрат виробництва та ресурсоемності виготовленої продукції, 3) заходи щодо вдосконалення використання засобів маркетингу, обслуговування, вивчення ринку збуту.

Б. Для активізації збутової діяльності підприємства важливо, по-перше, забезпечити реорганізацію відділ збуту та постачання в аспекті більш ефективної реалізації функцій збуту та маркетингових завдань, котрі дозволять активніше реагувати підприємству на зміни ринкового середовища, і тим самим дозволить реалізовувати свою поведінку більш чутливішою та гнучкішою до уподобань, смаків та вимог споживачів. По-друге, відкрити власний фірмовий кіоск, котрий виступатиме точним джерелом інформації (feedback) про уподобання споживачів, їх побажання щодо продукції, та став важливим додатковим джерелом реалізації продукції. По-третє, здійснювати опрацювання інформації в аспекті укладення угод із дистриб'юторами продукції (кондитерських виробів) даного підприємства у інших областях України, що стимулюватиме збільшити розмірів виробництва продукції та розширювати дистриб'юційну мережу даного підприємства.

В. Важливою конкурентною перевагою в діяльності підприємства може стати інноваційна активність в аспекті створення та реалізації нової продукції. Впровадженні інновацій на підприємстві ПАТ «ТерА» дасть можливість розширити асортимент продукції, дати додатковий інструментарій вдосконалення збутової політики, забезпечити зростання конкурентних переваг підприємства у перспективному періоді. Важливо реалізувати проект створення інноваційної продукції «Бісквіт класичний». Розрахунки вказують, що реалізації проекту дасть можливість: забезпечити зростання обсяги виробництва та реалізації продукції на 5% у плановому 2020 році та на 10% плановому 2021 році; модернізуються та оновляться основні засоби підприємства за рахунок введення в дію технологічної лінії із виробництва бісквітів фірмових ТМ «ТерА»; за рахунок впровадження інноваційної продукції зростатимуть конкурентні позиції підприємства на внутрішньому ринку; стимулюватиметься надходження грошових коштів на підприємство, зокрема значна частина коштів планується

залучити на кредитній та інвестиційній основі; збільшуватиметься прибутковість фінансово-господарської діяльності.

У четвертому розділі «Спеціальна частина» здійснено оцінку стану та перспектив розвитку кондитерської галузі в Україні, подано характеристику конкурентоспроможності підприємства ПАТ «ТерА».

Кондитерська галузь є важливою складовою національної економіки, яка навіть в кризових явищ демонструє позитивну загальну динаміку. В сучасних умовах виробництво кондитерських виробів є важливим і найбільш розвинутою галуззю вітчизняної харчової промисловості. Загальний обсяг виробництва складає близько 3 % ВВП країни. Конкурентною перевагою вітчизняних виробників на зарубіжних ринках збуту найчастіше є ціна продукції. Поряд із цим, важливими конкурентними перевагами вітчизняних виробників кондитерських виробів є також якість продукції, інноваційна політика та швидке оновлення асортименту продукції, вдосконалення дизайну, що відбувається за рахунок активних маркетингових заходів та вивчення попиту на зовнішніх ринках.

Підприємство ПАТ «ТерА» не відноситься до лідерів ринку, при цьому основними конкурентами досліджуваного підприємства є ПАТ ЛКФ «Світоч», ТОВ «Хмельницька кондитерська фабрика «Кондфіл» та Житомирська кондитерська фабрика «Житомирські Ласощі». Здійснивши комплексний аналіз конкурентоспроможності підприємств слід відзначити найвищу конкурентоспроможність підприємства ПАТ «ТерА» (серед досліджуваних підприємств), за рахунок більш високих показників частки ринку, рентабельності обігу, широти та якості асортименту та більшою ефективністю діяльності служби збуту. Основою конкурентоспроможності підприємства є якість та асортимент продукції, значна фінансова міцність і сукупна ефективність товарної та збутової політики аналізованого підприємства. Разом із помірною ціновою політикою дані параметри закладають основу поточної та перспективної конкурентоспроможності підприємства. До негативних рис ПАТ «ТерА», слід віднести відсутність координованої системи збуту та просування продукції, яка б функціонувала у найближчій перспективі, негативні тенденції до зменшення попиту на асортимент товарів.

У п'ятому розділі «Обґрунтування економічної ефективності» обґрунтовано економічної ефективність заходів реформування системи збуту, здійснено розрахунок ефекту впровадження технологічної лінії виробництва нової продукції, представлено вплив заходів на результати фінансово-господарської діяльності підприємства. Реалізації запропонованих в роботі заходів стимулюватиме приріст основних показників фінансово-господарської діяльності (активів, власного капіталу, чистого доходу від реалізації, основних засобів), а також впливатиме на зростання показників фінансового стану (автономності, ділової активності, рентабельності активів, продажу та використання основного капіталу на підприємстві). Також заходи впливатимуть на зростання конкурентних позицій підприємства ПАТ «ТерА» на ринку, адже забезпечуватиметься модернізації відділу збуту, стимулюватиметься розширення асортименту продукції за рахунок інновацій, оновлюватиметься основних капітал досліджуваного підприємства. Зазначені заходи вплинуть на інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства, котрий

зростатиме до рівня 7,1 пункт, що буде вище ніж середньоринковий показник у кондитерській галузі.

У шостому розділі «Охорона праці та безпека в надзвичайних ситуаціях» представлено особливості охорони праці на підприємстві ПАТ «ТерА», здійснено оцінку впливу радіоактивного забруднення на технологічний процес виробництва і засоби захисту, визначено особливості підготовки та виконання заходів щодо дезактивації технологічного обладнання (агрегатів, машин) інших видів техніки під час радіоактивного забруднення.

ВИСНОВКИ

В даній науковій роботі представлено теоретичні основи та практичні аспекти обґрунтування стратегії забезпечення конкурентних переваг підприємства ПАТ «ТерА». За результатами здійсненого дослідження можна представити наступні висновки та подати пропозиції:

1. Конкурентна перевага – це насамперед можливість підприємства найбільш краще використовувати свої наявні ресурси, досягаючи більш тривалого та стійкого становища на локальному ринку у порівнянні з конкурентами.

2. Забезпечення конкурентних переваг підприємства як механізму створення умов, необхідних для максимально всебічного та повного використання позитивних якостей підприємства відмінних від конкурентів, котрі в короткостроковому періоді забезпечать зростання ефективності його діяльності, а в довгостроковому стимулюватимуть його виживання, що визначається пошуком нових можливостей розвитку і оперативної адаптації до умов ринку та формування лідерства у конкурентній боротьбі.

3. Основні етапи процесу забезпечення конкурентних переваг підприємства та його продукції: аналіз зовнішнього середовища, формулювання та вибір цілей, визначення методів та шляхів досягнення конкурентних переваг, реалізація можливостей для досягнення конкурентних переваг, фінансове забезпечення конкурентних переваг, організаційне забезпечення, оцінка та контроль набутих конкурентних переваг.

4. Конкурентна стратегія визначає модель поведінки підприємства, що має на меті реалізацію механізму досягнення конкурентних переваг на внутрішньому та міжнародному ринку при визначеному обсягу ресурсів і з врахуванням умов як зовнішнього, так і внутрішнього середовища його функціонування. Очевидно, що питання впровадження та розробки стратегій конкурентних переваг на рівні окремих підприємств, галузей та економік країн виступає важливим завданням реалізації повноцінної системи менеджменту. Від того, наскільки ефективною реалізована конкурентна стратегія, залежатиме успіх підприємства на різних ринках збуту.

5. Об'єктом дослідження виступало ПАТ «ТерА» – підприємство, котре спеціалізується на виробництві кондитерських виробів. Підприємство пройшло довгий шлях свого розвитку від дрібного підприємства, котре виготовляло обмежений асортимент продукції до підприємства лідера у сфері кондитерських виробів м.Тернополя та Тернопільщини. Сьогодні ПАТ «ТерА» спеціалізується на виробництві кондитерських виробів. Після тривалого застою ПАТ «ТерА» збільшило об'єми виробництва і стало одним із перших підприємств у Тернополі

зокрема та Західному регіону в цілому по виробництву та реалізації кондитерської продукції.

6. Узагальнивши результати дослідження фінансового потенціалу підприємства ПАТ «ТерА» слід відмітити низькі конкурентні можливості підприємства, що обумовлено низькими показниками фінансово-господарської діяльності підприємства. Зокрема, відмітити негативні тенденції до зниження розміру власного капіталу, орієнтацію на позичковий капітал, основних засобів, реалізованої продукції і зростання рівня кредиторської та дебіторської заборгованостей підприємства ПАТ «ТерА», а також наявність чистого збитку, який мав місце у період 2017- 2018 років. До негативних тенденції слід віднести значну собівартість реалізації продукції (становить більше 90% реалізації), від'ємні показники рентабельності реалізації та рентабельності активів. Позитивними аспектами діяльності підприємства є приріст активів та зростання обсягу реалізації продукції досліджуваного підприємства за весь досліджуваний період.

7. Здійснивши дослідження рейтингу конкурентоспроможності підприємства необхідно відмітити низьку конкурентоспроможність підприємства ПАТ «ТерА» за фінансовими показниками, адже інтегральний показник конкурентних можливостей підприємства протягом п'яти років залишався на досить низькому рівні. Негативними є показники ліквідності та платоспроможності, відсутність фінансової стійкості та від'ємні показники рентабельності котрі знижуються конкурентні можливості даного підприємства.

Оцінивши якісні показники конкурентних можливостей та переваг, що характеризують маркетингову ефективність підприємства ПАТ «ТерА» нами відмічено, що підприємство значно програє основному конкуренту підприємству ПАТ «Рошен» (195 балів проти 216 балів). Конкурентними перевагами підприємства є висока якість, ціна, асортимент продукції, а також вдале розташування підприємства (основні виробничі потужності зосереджено у містах Тернополі та Києві).

Для забезпечення конкурентних переваг досліджуваного підприємства ПАТ «ТерА» необхідно реалізувати ряд взаємопов'язаних заходів, зокрема:

А. Система забезпечення високої конкурентоспроможності підприємства ПАТ «ТерА» на локальному ринку має охоплювати наступні напрями: 1) заходи на підвищення якості продукції та технічного рівня виробництва; 2) заходи, орієнтовані на зменшення витрат виробництва та ресурсоємності виготовленої продукції; 3) заходи щодо вдосконалення використання засобів маркетингу, обслуговування, вивчення ринку збуту.

Б. Для активізації збутової діяльності підприємства важливо, спершу, забезпечити реорганізацію відділу збуту в аспекті кращої і ефективної реалізації маркетингового управління, котрі стимулюватимуть досліджуване підприємства активніше забезпечувати реакцію підприємства ПАТ «ТерА» на зміни ринкового середовища, і тим самим дозволить реалізовувати свою поведінку більш чутливішою та гнучкішою до уподобань, смаків та вимог споживачів. По-друге, відкрити власний фірмовий кіоск, котрий виступатиме точним джерелом інформації (feedback) про уподобання споживачів, їх побажання щодо продукції, та став важливим додатковим джерелом реалізації продукції. По-третє, здійснювати опрацювання інформації в аспекті укладення угод із дистриб'юторами продукції (кондитерських виробів) даного підприємства у інших областях України, що стимулюватиме збільшити

розмірів виробництва продукції та розширювати дистриб'юційну мережу даного підприємства.

В. Важливою конкурентною перевагою в діяльності підприємства може стати інноваційна активність в аспекті створення та реалізації нової продукції. Впровадженні інновацій на підприємстві ПАТ «ТерА» дасть можливість розширити асортимент продукції, дати додатковий інструментарій вдосконалення збутової політики, забезпечити зростання конкурентних переваг підприємства у перспективному періоді. Важливо реалізувати проект створення інноваційної продукції «Бісквіт класичний». Розрахунки вказують, що реалізації проекту дасть можливість: забезпечити зростання обсяги виробництва та реалізації продукції на 10% у плановому 2020 році та на 15% плановому 2021 році; модернізуються та оновляться основні засоби підприємства за рахунок введення в дію технологічної лінії із виробництва бісквітів фірмових ТМ «ТерА»; за рахунок впровадження інноваційної продукції зростатимуть конкурентні позиції підприємства на внутрішньому ринку; стимулюватиметься надходження грошових коштів на підприємство, зокрема значна частина коштів планується залучити на кредитній та інвестиційній основі; збільшуватиметься прибутковість фінансово-господарської діяльності.

Отже, реалізації запропонованих в роботі заходів стимулюватиме приріст основних показників фінансово-господарської діяльності (активів, власного капіталу, чистого доходу від реалізації, основних засобів), а також впливатиме на зростання показників фінансового стану (автономності, ділової активності, рентабельності активів, продажу та використання основного капіталу на підприємстві). Також заходи впливатимуть на зростання конкурентних позицій підприємства ПАТ «ТерА» на ринку, адже забезпечуватиметься модернізації відділу збуту, стимулюватиметься розширення асортименту продукції за рахунок інновацій, оновлюватиметься основних капітал досліджуваного підприємства. Зазначені заходи вплинуть на інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства, котрий зростатиме до рівня 7,1 пункт, що буде вище ніж середньоринковий показник у кондитерській галузі.

Праці опубліковані за темою дослідження

Швець І.М. Фінансовий результат діяльності підприємства як економічна категорія та об'єкт аналізу / І.М. Швець, В.О. Левицький// II Міжнародного студентського наукового форуму «Креативна економіка очима молоді» (04 квітня 2019 р.) / Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. – Тернопіль, 2019. – Т.2. – 90 с. (с. 89-90).

АНОТАЦІЯ

Швець І.М. Конкурентні переваги підприємства та обґрунтування стратегії їх забезпечення (на прикладі ПАТ «ТерА»). – Рукопис.

Дослідження на здобуття освітнього ступеня «Магістр» за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». – ТНТУ ім. І. Пулюя. – Тернопіль, 2019.

Об'єктом дослідження виступають фінансово-господарська діяльність підприємства ПАТ «ТерА».

Метою даного дослідження є розробка та удосконалення механізму забезпечення конкурентних переваг підприємства на вітчизняному ринку.

У процесі дослідження використано загальнонаукові методи аналізу, порівняння і узагальнення, методи економічного і економіко-статистичного аналізу з метою проведення оцінки сучасного стану розвитку кондитерських підприємств, конкурентоспроможності продукції та послуг кондитерської галузі на локальних ринках і тенденцій їх зміни.

У даній роботі досліджено теоретико-методичні основи дослідження конкурентних переваг підприємства та визначення стратегії їх забезпечення. Здійснено аналіз фінансово-господарського стану підприємства ПАТ «ТерА». Проведено оцінку конкурентних переваг підприємства ПАТ «ТерА». Запропоновано стратегію забезпечення конкурентних переваг підприємства ПАТ «ТерА» у перспективному періоді.

Ключові слова: конкуренція, конкурентні переваги, конкурентоспроможність, маркетингова політика, асортимент продукції, цінова стратегія.

ANNOTATION

Shvets I.M. Competitive advantages of the enterprise and substantiation of the strategy of their provision (on the example of PJSC «TerA»). - Manuscript.

Research for the master's degree in specialty 076 «Entrepreneurship, trade and exchange activities». - TNTU them. I. Pulia. - Ternopil, 2019.

The object of the study is the financial and economic activity of PJSC «TerA».

The purpose of this study is to develop and improve the mechanism of ensuring the competitive advantages of the enterprise in the domestic market.

The research used general scientific methods of analysis, comparison and generalization, methods of economic and economic-statistical analysis in order to assess the current state of development of confectionery enterprises, the competitiveness of products and services of the confectionery industry in local markets and trends in their changes.

This paper investigates the theoretical and methodological foundations of researching the competitive advantages of an enterprise and determining the strategy for their provision.

The analysis of the financial and economic condition of the enterprise of PJSC «TerA» is carried out. The competitive advantages of PJSC «TerA» enterprise were evaluated. The strategy of providing competitive advantages of the enterprise of PJSC «TerA» in the perspective period is offered.

Keywords: competition, competitive advantages, competitiveness, marketing policy, product range, pricing strategy.