

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

Кафедра менеджменту

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 «Менеджмент»

на тему: «Управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку
виноробної продукції»

Виконавець:
студентка факультету економіки та управління
підприємництвом

Павленко Влада Олександрівна _____

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

Науковий керівник:
к.психол.н., ст.викладач

Осичка Олена Василівна _____

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

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. В сучасних умовах господарювання підприємствам потрібно покращувати свою діяльність та позиціонувати себе на ринку. Адже кожне підприємство вже все більше уваги приділяє конкурентоспроможності себе на ринку. Ринкові умови вимагають від підприємства постійного моніторингу внутрішнього та зовнішнього середовища для того, щоб швидко адаптуватися до можливих змін. Розгляд сутності конкурентоспроможності підприємства є важливим як для самого підприємства, так і для країни в цілому, адже конкурентоспроможне підприємство є запорукою отримання високого та стабільного прибутку. Розуміючи це, вітчизняні товаровиробники ставлять перед собою таку мету: задоволення потреб, які існують на ринку, отримання максимального прибутку та збільшення обсягів збуту, розширення частки внутрішнього та зовнішнього ринку, забезпечення необхідного рівня якості та ціни продукції, що виробляється, впровадження нових технологічних процесів і модернізація обладнання. Все більше підприємств прагнуть до підвищення конкурентоспроможності. Гостро постає питання пошуку нових методів менеджменту, управління якістю продукції, управління фінансовими ресурсами підприємства та пошуку нових ринків збуту.

Мета: дослідження теоретичних основ управління конкурентоспроможністю підприємства та розробка заходів щодо підвищення конкурентоспроможності ПрАТ «Виноградар».

Завдання дослідження:

- дослідити теоретичні основи управління конкурентоспроможністю підприємства;
- проаналізувати показники фінансового стану ПрАТ «Виноградар»;
- проаналізувати конкурентоспроможність ПрАТ «Виноградар» та його положення на ринку виноробної продукції відносно конкурентів;
- запропонувати заходи щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- обґрунтувати економічну ефективність запропонованих заходів.

Об'єкт дослідження: ПрАТ «Виноградар».

Предмет дослідження: оцінка конкурентоспроможності підприємства.

Методи дослідження: для досягнення поставленої в роботі мети були використані загальнонаукові та спеціальні методи: фінансового аналізу (для оцінки фінансового стану підприємства), статистичного аналізу (для дослідження тенденції розвитку галузі), методи синтезу й аналізу (для побудови та аналізу карти стратегічних груп), методи економічного аналізу (для дослідження ефективності реалізації запропонованих заходів).

Інформаційна база дослідження: звітність підприємства ПрАТ «Виноградар», законодавчі і нормативні акти України, монографії, навчальні посібники, статті у наукових періодичних виданнях, дані мережі Інтернет.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (39 найменувань).

Загальний обсяг роботи становить 69 сторінок. Основний зміст викладено на 61 сторінках. Робота містить 53 таблиць, 21 рисуноків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі дипломної роботи «Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю» було розглянуто та досліджено сутність поняття «конкурентоспроможність». Було розглянуто основні фактори впливу на конкурентоспроможність. Проаналізовано методичні підходи щодо оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Було визначено критерії оцінки конкурентоспроможності підприємства та продукції.

Другий розділ «Управління конкурентоспроможністю ПрАТ «Виноградар»» присвячений аналізу господарської діяльності ПрАТ «Виноградар», аналізу ринку та оцінці конкурентоспроможності підприємства. Були запропоновані заходи щодо усунення недоліків, виявлених протягом аналізу у другому розділі дипломної роботи. Доведено, що запропоновані заходи підвищать конкурентоспроможність підприємства.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Розглянуто та досліджено сутність поняття «конкурентоспроможність». Проведено аналіз визначень зарубіжних та вітчизняних науковців для розуміння основних аспектів поняття. На основі розгляду визначень вчених було сформульовано, що конкурентоспроможність – це здатність підприємства досягати та втримувати вигідні позиції серед підприємств-конкурентів, виробляти якісну продукцію, яка буде мати переваги над продукцією конкурентів та мати ефективні показники діяльності для подальшого розвитку на внутрішньому та зовнішньому ринках. Було розглянуто основні фактори впливу на конкурентоспроможність. Було визначено, що на конкурентоспроможність підприємства впливають зовнішні та внутрішні фактори. Складовими зовнішніх факторів є: державна політика, правове середовище, економічні умови, монополізація економіки, ресурсний потенціал, товарні ринки, соціальні умови та ринкова інфраструктура. До основних складових внутрішнього середовища відносяться: ресурсний потенціал, маркетингові дослідження, фінансові можливості, система обліку, система постачання, логістика та збутова діяльність, інформаційні ресурси, організаційна структура та місцезнаходження підприємства. Проаналізовано методичні підходи щодо оцінювання конкурентоспроможності підприємства та виявлено, що для оцінки конкурентоспроможності існують різні методи, за допомогою яких проводяться розрахунки для аналізу, вибору стратегії та покращення рівня конкурентоспроможності підприємства. А також розглянуто переваги та недоліки основних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. Було визначено критерії оцінки конкурентоспроможності підприємства та продукції. Розглянуто формули за якими знаходиться кожний критерій. Також було проаналізовано базові критерії та групи показників конкурентоспроможності підприємства.

2. Аналіз господарської діяльності показав, що фінансові показники у 2019 році в порівнянні з 2018 роком знизилися. В оцінці конкурентоспроможності підприємства між його найближчими конкурентами ПрАТ «Виноградар» займає 3 місце.

3. Для підвищення ефективності діяльності підприємства було запропоновано відкрити 3 точки у продуктових магазинах з продукцією підприємства.

4. Обґрунтуванням економічної ефективності запропонованих заходів є підвищення рівня збутової діяльності підприємства.

АНОТАЦІЯ

Павленко В.О., «Управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку виноробної продукції».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 073 «Менеджмент».

Одеський національний економічний університет. – м. Одеса, 2020 рік.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства, методичні підходи щодо оцінювання конкурентоспроможності підприємства та основні показники конкурентоспроможності підприємства.

Проаналізовано фінансово-господарська діяльність підприємства ПрАТ «Виноградар», аналіз ринку виноробної галузі та проведено оцінку конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: управління конкурентоспроможністю, конкурентоспроможність підприємства, фінансово-господарська діяльність, аналіз ринку, виноробна галузь, оцінка конкурентоспроможності.

ANNOTATION

Pavlenko V. "Managing the competitiveness of enterprise in the wine market."

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in specialty 073 "Management".

Odessa National Economics University. – Odessa, 2020.

The work deals with the theoretical aspects of enterprise competitiveness management, methodological approaches to assessing the competitiveness of the enterprise and the main indicators of enterprise competitiveness.

Author analyses the financial and economic activity of the Private joint stock company "Vynohradar", and the competitiveness of the enterprise was assessed.

It is proposed to improve the efficiency of sales activities, namely to open points of sale of the company's products in grocery stores.

Key words: competitiveness management, enterprise competitiveness, financial and economic activity, market analysis, wine industry, competitiveness assessment.