

Кафедра Економіки права та управління бізнесом

Завідувач кафедри

“ ” 2020p.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ	7
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	
1.1. Сутність конкурентоспроможності підприємства.....	7
1.2. Чинники формування конкурентоспроможності підприємства	12
1.3. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства.....	20
Висновки до розділу 1.....	29
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА КОНКУРЕНТО-	
СПРОМОЖНОСТІ МАГАЗИНУ МЕБЛІВ ФОП ГРИГОРАЩЕНКО	
М.О.....	31
2.1. Організаційно-економічна характеристика ФОП Григоращенко М.О.....	31
2.2. Аналіз впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на конкурентоспроможність магазину «Меблі».....	37
2.3. Оцінка конкурентоспроможності магазину «Меблі» ФОП Григоращенко М.О.....	46
Висновки до розділу 2.....	60
РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ	
ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАГАЗИНУ	
«МЕБЛІ» ФОП ГРИГОРАЩЕНКО М.О.....	62
3.1. Організація виробництва меблів за індивідуальними проектами як захід щодо підвищення конкурентоспроможності магазину «Меблі» ФОП Григоращенко М.О.....	62
3.2. Налагодження виробництва дизайнерських меблів ФОП Григоращенко як напрям підвищення конкурентоспроможності.....	72
3.3. Заходи щодо підвищення іміджу магазину «Меблі» ФОП Григоращенко М.О.....	75
3.4. Аналіз можливих ризиків проекту підвищення конкурентоспроможності ФОП Григоращенкота заходи щодо їх мінімізації.....	80
Висновки до розділу 3.....	86
ВИСНОВКИ.....	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	90
ДОДАТКИ.....	95

ВСТУП

Конкурентоспроможність підприємства є одним із важливих аспектів ринкового середовища, який характеризує можливість мебельного підприємства адаптуватися до умов ринку і посісти провідне місце і втримати його якомога довше. Проблема управління та підвищення конкурентоспроможності мебельного підприємства зумовлена складністю самого підприємства як об'єкта управління, наявністю залежності конкурентоспроможності меблевого підприємства від умов зовнішнього середовища. Конкуренція на меблевому ринку стає все жорсткіша, йде суперництво між товаровиробниками за вигідніші умови меблевого виробництва та реалізації продукції, за одержання найвищого прибутку та інших переваг, ця конкуренція здійснюється різними методами та може виступати в різних формах. Дослідження конкурентоспроможності меблевого підприємства в умовах політичної і економічної кризи, яка склалась в Україні, дає змогу розглядати її як комплексну характеристику потенціальних можливостей забезпечення конкурентних переваг в перспективі. Тому постає очевидною проблема управління конкурентоспроможністю для конкретного підприємства меблевої галузі, яка характеризується комплексністю, багатогранністю і пов'язана зі складністю механізму функціонування підприємства, постійною зміною умов і факторів підприємницького середовища. Останнє слід відзначити особливо, тому що аналіз та оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства необхідні на всіх ступенях розвитку підприємства. На сьогоднішньому етапі розвитку ринку меблів актуальним питанням, що потребує першочергового вирішення, є розробка ефективних механізмів і заходів, які сприятимуть підвищенню рівня конкурентоспроможності вітчизняних мебельних підприємств та стануть запорукою загального зміцнення економічних позицій України.

Дослідженню конкурентоспроможності підприємств та формуванню можливих шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств

присвячені праці вітчизняних та зарубіжних науковців Г.Азоева, І.Ансоффа, А.Воронкової, В.Галєєва, А.Градова, Дж.Еванс, Ю.Іванова, Ф.Котлера, А.Кроткова, Г.Кулікова, Ж.Ламбена, Й.Ліфіц, М.Портера, Д. Рікардо, А. Старостіної, Р.Фатхутдінова, Д.Юданова та інших. Питання організаційно-економічного механізму управління забезпеченням конкурентоспроможності меблевих підприємств висвітлені в працях А. Грод, О.Леонова, А.Коваленко, В. Завсєгдашнього, Г.Кулєшова.

Попри зростання інтересу вчених до проблем конкурентоспроможності на ринку меблевої продукції серед сучасних економістів немає єдиних поглядів на питання виявлення зв'язків, що ідуть від ринку до результату через такі аспекти поведінки, як ціноутворення, інвестиції, інновації тощо. Актуальність зазначених вище проблем, їх недостатнє вивчення і визначили вибір теми кваліфікаційної роботи, зумовили його мету та завдання.

Мета і завдання дослідження. Метою кваліфікаційної роботи є узагальнення та розвиток науково-теоретичних засад, розроблення й обґрунтування практичних рекомендацій щодо формування конкурентоспроможності меблевого підприємства.

Для досягнення поставленої мети було поставлено такі **завдання**:

- розглянути сутність конкурентоспроможності підприємства;
- сформувати чинники формування конкурентоспроможності підприємства;
- дослідити методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- представити організаційно-економічну характеристика ФОП Григоращенко М.О;
- провести аналіз впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на конкурентоспроможність магазину «Меблі»;
- провести оцінку конкурентоспроможності магазину «Меблі» ФОП Григоращенко М.О;

- розробити організаційно-економічні механізми підвищення конкурентоспроможності магазину «Меблі» ФОП Григоращенко М.О;
- представити прогностну оцінку економічної ефективності заходів щодо підвищення конкурентоспроможності магазину «Меблі» ФОП Григоращенко.

Об’єктом дослідження є організаційно-економічні процеси, які формують рівень конкурентоспроможності магазину «Меблі» ФОП Григоращенко на ринку меблів.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних аспектів підвищення конкурентоспроможності меблевого підприємства.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети у кваліфікаційній роботі використано широкий інструментарій загальноприйнятих методів наукового дослідження, а саме: ретроспективний метод (для розкриття сутності та принципів конкурентних відносин у підприємницькому економічному середовищі); структурно-логічний (для дослідження послідовності процесу аналізування конкурентного середовища меблевих підприємств); метод системного і статистичного аналізу (для аналізування методичних підходів до оцінювання конкурентоспроможності); аналітичний і порівняльний аналіз (для визначення особливостей і напрямів розвитку підприємницьких структур на ринку меблевої продукції); графічний і табличний (для ілюстрації динаміки явищ і процесів, що стосуються питань формування конкурентоспроможності меблевих підприємств).

Інформаційну базу дослідження склали зібрані, узагальнені, опрацьовані первинні матеріали маркетингових досліджень і дані управлінського обліку Григоращенко М.О, чинні законодавчі та нормативні документи, наукові праці вітчизняних та зарубіжних авторів, монографії, публікації у періодичних виданнях, інформаційні матеріали, розміщені в мережі Інтернет, результати власних спостережень.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання наукових розробок та методичних рекомендацій щодо

формування конкурентоспроможності меблевих підприємств, що сприятиме оптимізації економічних витрат та підвищенню результативності господарської діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання в умовах меблевого виробництва.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Повний обсяг роботи містить 101 сторінка, у тому числі 29 таблиць на 30 сторінок, 20 рисунків на 20 сторінках, список використаних джерел з 52 найменувань.

Окремі результати дослідження були представлені на науково-практичних конференціях у вигляді публікацій тез доповідей у збірниках наукових праць:

Публікації: Збірник ФЕУВ на тему: «Напрями підвищення конкурентоспроможності виробничих підприємств» / Ю.А.Літвін, С.А.Горбаченко.

ВИСНОВКИ

В кваліфікаційній роботі представлені теоретичні і практичні аспекти конкурентоспроможності підприємства, обґрунтовані практичні рекомендації щодо формування конкурентоспроможності меблевого підприємства. В результаті проведеного дослідження нами зроблені відповідні висновки

1. Поняття конкурентоспроможності підприємства можна розглядати як систему взаємодіючих факторів, які надають можливість підприємствам підтримувати на належному рівні вже існуючі конкурентні переваги та створювати умови для формування нових; здатність даної системи змінювати внутрішні параметри залежно від потреб ринкового середовища, а також ефективно взаємодіяти із зовнішнім середовищем, створюючи більш зручні для власної діяльності умови співпраці і з постачальниками сировинних ресурсів, і зі споживачами власної продукції; системна категорія, що відображає конкурентоспроможність не тільки як результат, а як процес діяльності підприємства з позицій досягнення його стратегічних цілей.

2. Найважливішим критерієм, що визначає здатність підприємства досягти очікуваних економічних результатів від своєї діяльності, є конкурентоспроможність, рівень якої залежить від комплексу чинників внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємства. Внутрішні чинники конкурентоспроможності – це чинники, якими підприємство здатне повністю управляти. Внутрішні чинники є найбільш значущими для забезпечення стійких конкурентних позицій підприємства, оскільки вони характеризують умови внутрішнього середовища підприємства та є об'єктом активного впливу з боку самого підприємства. Під зовнішніми факторами розуміють сукупність суб'єктів господарювання, економічних, суспільних і природних умов, національних і міждержавних інституціональних структур та інших зовнішніх умов і чинників, що діють у глобальному оточенні та здійснюють вплив або можуть вплинути на функціонування підприємства. Чинники зовнішнього середовища є досить неоднорідними й визначають функціонування галузі як

системи, відображають умови функціонування національної та світової економік.

3. Оцінка конкурентоспроможності підприємства є систематичним і неупередженим аналізом багатьох факторів, що формують конкурентні переваги підприємства. Оцінка конкурентоспроможності підприємства - це визначення його статусу, що дає певну відносну характеристику здатності підприємства конкурувати на певному ринку. Враховуючи досить значну кількість різноманітних методів, вважаємо доцільним систематизувати їх, виділивши три групи: методи, які характеризують ринкові позиції підприємства (продукції); методи, які характеризують рівень менеджменту підприємства; методи, які характеризують рівень фінансово-економічної діяльності підприємства.

4. Фізична особа-підприємець ФОП Григоращенко М.О. зареєстрований 05.06.2007 року. Це власне виробництво і продаж м'яких меблів. При створенні м'яких меблів використовуються екологічні технології виробництва, пакування та зберігання м'яких меблів. Простежується покращення фінансової діяльності ФОП Григоращенко М.О.. В 2018 році валовий прибуток збільшився на 18,48% і в 2019 році – на 57,03. За 2017 – 2019 роки простежується збільшення фінансового результату від операційної діяльності і чистого прибутку майже в 2 рази. Також позитивним явищем є зростання рентабельності сукупного і власного капіталу, операційної і чистої рентабельності реалізованих меблів. Всі показники рентабельності знаходяться на достатньому рівні. Таким чином, досліджуваний магазин меблів за результатами проведеного аналізу на кінець року визнано платоспроможним.

5. Ринок меблів демонструє позитивне зростання і в більшій мірі це обумовлено збільшенням обсягів внутрішнього виробництва. Однією з головних тенденцією на сьогоднішній день є орієнтація здебільшого покупців на меблі українських виробників, що відображає факт підвищення довіри споживача до вітчизняної продукції. Основними конкурентами магазину «Меблі» ФОП Григоращенко М.О. на ринку меблів м. Одеси є: магазин «Світ

меблів» та мМагазин «Меблі просто. Таким чином, на першому місці знаходиться основний конкурент магазину «Меблі» ФОП Григоращенко М.О. - магазин «Меблі просто». Таким чином, проведені нами комплексні розрахунки конкурентоспроможності магазину «Меблі» ФОП Григоращенко М.О. показали, що досліджуваний магазин має конкурентоспроможність нижче середньої конкурентоспроможності на ринку меблів м. Одеси. Слабкими сторонами магазину «Меблі» ФОП Григоращенко М.О. є: відсутність інтернет-магазину, високі витрати, пов'язані з закупкою меблів, відсутність сайту компанії, Відсутність просування в соціальній мережі Instagram, відсутність посади маркетолога, маркетингова діяльність на низькому рівні, відсутність чіткої маркетингової стратегії. Можливостями компанії є збільшення долі ринку меблів, організація виробництва меблів за індивідуальним замовленням, розширення збутової мережі, відкриття нових магазинів в різних районах м. Одеси, впровадження повномасштабної маркетингової програми просування меблів.

6. Нами пропонуються наступні заходи підвищення конкурентоспроможності ФОП Григоращенко:

- організація виробництва меблів виробництва меблів за індивідуальними проектами;
- налагодження виробництва дизайнерських меблів;
- заходи щодо підвищення іміджу магазину (прийняття участі у виставці меблів «KIFF»).

7. Прогнозний економічний ефект від впровадження заходів підвищення конкурентоспроможності ФОП Григоращенко складе 1883,84 тис. грн.. Отримані показники ефективності дозволяють стверджувати високий рівень інвестиційної привабливості проекту, що розробляється. Проведена оцінка ризиків показала, що підприємство не суттєво піддається впливу ризиків, оскільки ймовірність настання ризику 4,25 бали за 10-бальною шкалою. Найвагоміший ризик який може вплинути на процес реалізації проекту, це ризик зменшення попиту на продукцію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Клименко С.М., Омеляненко Т.В., Барабась Д.О. Управління конкурентоспроможністю підприємства. К. : КНЕУ, 2017. 520 с.
2. Вараксіна О.В. Конкурентоспроможність підприємства: сутність, виміри та чинники. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. Вип. 4. С. 12-16.
3. Адамик В., Вербицька Г. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2016. №1. С.69–78.
4. Афонін А.С., Білоусова С.В. Конкурентоспроможність суб'єктів господарювання: теоретичні аспекти і висновки для індустрії туризму. *Бізнес-навігатор*. 2017. №3(15). С.172–183.
5. Бондаренко Г.С. Управління конкурентоспроможністю підприємства: автореф. на здобуття наук. ступ. к.е.н.: 08.06.02. Харків: ХДЕУ, 2012. 20 с.
6. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. М.: Центр экономики и маркетинга. 2017. 458 с.
7. Воронкова А.Е. Стратегічне управління конкурентоспроможним потенціалом промислових підприємств: автореф. дис. д-ра екон. наук: 08.06.01. НАН України, Інститут економіки промисловості. Донецьк, 2012. 32 с.
8. Грицишин Н. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Львівського університету*. Серія економічна. Вип. 33. 2016. С.431–436.
9. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия. Х.: ХНЭУ, 2015. 255 с.
10. Карлофф Б. Деловая стратегия, концепция, содержание, символы. М.: Экономика, 2012. 240 с.
11. Люкшинов А.Н. Стратегический менеджмент. М.:ЮНИТИ, 2015. 376 с.

12. Попов С.А. Стратегическое управление: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 4. М.: ИНФРА-М. 2015. 344 с.

13. Фатхутдінов Р.А., Осовська Г.В. Управління конкурентоздатністю організації: підручник. К.: «Кондор», 2012. 470 с.

14. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: учебно-практическое пособие. 2-е изд. М: Ассоц. Авторы и издателей «Тандем»; Изд. «ГНОМ-ПРЕСС». 2016. 384 с.

15. Мельничук Л. С., Хізніченко О.О. Шляхи підвищення конкурентоспроможності українських підприємств. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»*. Серія : Економіка. 2016. Т. 275, Вип. 263. С. 102-105.

16. Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика: монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. Кузьміна О.Є. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ. 2017. 180 с.

17. Петрушка Т.О. Чинники формування та показники оцінювання конкурентоспроможності промислових підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 10. С. 125-129.

18. Святненко В.Ю. Чинники підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах глобалізації. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2018. Вип. 23. С. 137 – 142.

19. Грицишин Н. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. Вісник Львівського університету. Серія економічна. Вип. 33. 2016. С.431–436.

20. Кривешко О.В., Сідун П.В. Чинники формування конкурентоспроможності підприємства та кластерів. *Національний університет «Львівська політехніка»*. 2016. С.180-188.

21. Пермінова С.О., Романко Є.В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю як фактор успіху сучасного підприємства *Молодий вчений*. 2016. № 2. С. 70-74.

22. Ладунка І.С. , Братанов М.І. Дослідження факторів впливу на конкурентоспроможність вітчизняних підприємств. *Економіка і суспільство*. 2016. № 5. С. 189-194.

23. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія. К. : ДАКККиМ, 2016. 160 с.

24. Нефедова О.Г. Конкурентоспроможність в умовах зовнішніх змін *Вісник Хмельницького національного університету*. Економічні науки. 2016. №5.Т.2. С.212–215.

25. Єфремова В.Б. Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства URL: <http://www.viem.edu.ua/konf6/art.php?id=0467> (дата звернення: 10.02. 2020).

26. Вітвіцький В. В. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств. *Вісник ЖНАЕУ*. 2017. № 2 (51), т. 2. С. 207–213.

27. Смачило В.В., Головка-Марченко І.С. Класифікація факторів впливу на конкурентоспроможність підприємств. *Молодий вчений*. 2016. № 2(3). С. 61-65.

28. Шкарлет С. М., Ладонько Т.І., Корж Т.І. Методологічні аспекти та методичні принципи оцінки конкурентоспроможності підприємств. *Науковий вісник ЧДІЕУ*. 2017. № 3 (11). С. 153–161.

29. Мошнов В. А. Комплексная оценка конкурентоспособности предприятия URL: http://www.cfin.ru/management/strategy/estimate_competitiveness.shtml. (дата звернення: 12.10. 2020).

30. Лисенко К.Е. Методичний підхід до оцінювання рівня конкурентоспроможності диверсифікованих підприємств. *Ефективна економіка*. 2019. №3 URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2019/154.pdf (дата звернення: 12.10. 2020).

31. Левицька А.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації. *Механізм регулювання економіки*. 2017. № 4. С.155-161.

32. Конкурентні стратегії: процеси створення та реалізації: монографія / за наук. ред.. д.е.н., проф.. Н.А. Хрущ. К.: Освіта України, 2012. 316 с.

33. Хрущ Н. А., Ваганова Л.В. Сучасні методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2015. № 5, Т. 3. С. 153-156.

34. Переваги Instagram URL: <https://vezha.vn.ua/instagram-nastupaye-na-pyaty-yakym-sotsmerezham-nadayut-perevagu-vinnychany-grafika/> (дата звернення: 12.03. 2020).

35. Офіційний сайт «Веб-студія WebStudio2U» URL: <http://webstudio2u.net/> (дата звернення: 12.10. 2020).

36. Офіційний сайт «GKS Веб-Студія» URL: <https://gks.com.ua/uk> (дата звернення: 15.10. 2020).

37. Офіційний сайт «Веб-студія JUMP.team» URL: <https://jump.team/> (дата звернення: 20.10. 2020).

38. Платіжні системи в Україні URL: https://biz.censor.net.ua/resonance/3121553/nayipopulyarnsh_platjn_sistemi_ukrani (дата звернення: 21.10. 2020).

39. Офіційни веб-сайт Web-Biz URL: <http://www.webbiz.info/> (дата звернення: 21.10. 2020).

40. Рекламне агентство Creative agency press URL::<https://4press.com.ua/>(дата звернення: 12.10. 2020).

41. «KIFF» – КИЇВСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ МЕБЛЕВИЙ ФОРУМ 2020» URL: <https://kmkya.kiev.ua/vystavky/kiff-kyyivs-kyu-mizhnarodnyy-meblevyu-forum-2020/> URL::<https://4press.com.ua/> (дата звернення: 15.10. 2020).

42. Грод А. М. Організаційно-економічний механізм управління забезпеченням конкурентоспроможності підприємства меблевого виробництва. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2016. Вип. 2 (7). С. 200-208.

43. Леонов О.М. Напрями розвитку конкурентоспроможних ринкових структур на ринку меблів. *Збірник наукових праць кафедри економічного аналізу Тернопільського національного економічного університету «Економічний аналіз»*. 2017. Вип. 8. Ч. 1. С. 58-61.

44. Коваленко А. М. Оцінка стану конкурентного середовища на ринку меблевої продукції та основні напрями його розвитку. *Актуальні проблеми економіки*. 2018. № 9. С. 46-54.

45. Геращенко І.О., Сорокіна С.В. Напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*. 2017. № 46 (1267). С. 59-62.

46. Журан О.А. Умови формування характеристик конкурентоспроможності підприємств: дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / Одеський національний політехнічний ун-т. Одеса, 2006. 183 с.

47. Завсєгдашній В.О., Завсєгдашня І.В. Комплексна оцінка факторів конкурентноздатності меблевих підприємств. *Вісник Криворізького технічного університету: Зб. наук. праць*. Вип. 12. Кривий Ріг: КТУ, 2016. С.244-250.

48. Кулєшова Г.М. Конкуренція і конкурентоспроможність в меблевому виробництві. *Економіка і прогнозування*. 2018. № 3. С.126-132.

49. Грабовецький, Б. Є. Планування та економічне прогнозування : навчальний посібник. Вінниця : ВНТУ, 2016. 66 с.

50. Глівенко С. В. Економічне прогнозування : навчальний посібник. Суми : Університетська книга, 2018. 207 с.

51. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

52. Дизайнерська мебель <http://www.webbiz.info/> (дата звернення: 21.10. 2020).