

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

Центр заочної форми навчання

Кафедра менеджменту організацій та ЗЕД

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

“ ___ ” _____ 20__ р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 073 Менеджмент

за темою:

**«Управління конкурентоспроможністю ПрАТ «Одеський
коньячний завод»»**

Виконавець

студент Горбулін Михайло Олександрович
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

кандидат економічних наук, професор

(науковий ступінь, вчене звання)

Кублікова Тетяна Борисівна

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

Одеса 2017

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ	
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	5
1.1 Економічний зміст «конкурентоспроможності підприємства»: сучасні наукові інтерпретації.....	5
1.2 Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства...	13
1.3 Елементи системи формування конкурентоспроможності підприємства.....	27
РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ «ОДЕСЬКИЙ КОНЬЯЧНИЙ ЗАВОД» ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....	
2.1. Загальна характеристика і аналіз фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Одеський коньячний завод».....	32
2.2 Аналіз ділового середовища та конкурентних переваг ПрАТ «Одеський коньячний завод».....	42
2.3 Заходи з підвищення конкурентоспроможності ПрАТ «Одеський коньячний завод».....	50
ВИСНОВОК.....	56
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	57
ДОДАТКИ.....	59

ВСТУП

Питання вивчення конкурентоспроможності підприємства є важливим й актуальним як для економіки країни в цілому, так і для підприємств-виробників, зокрема. Конкуренція товарів, послуг, підприємств за грошові засоби покупців, споживачів – це рухома сила ринкової економіки. Конкуренція як суперництво за кращі умови виробництва та продажу товарів або послуг потребує неперервного пошуку і реалізації нових технічних, технологічних, маркетингових, управлінських, організаційних і психологічних методів та засобів, спрямованих на задоволення потреб покупців, та отримання прибутку. Висока конкурентоспроможність – основна умова розвитку і життєдіяльності підприємства.

Здатність підприємства витримувати конкурентну боротьбу характеризує його конкурентоспроможність, яка передбачає наявність певних переваг перед конкурентами. Проблема підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах подальшого розвитку економіки пов'язана, насамперед, з розробкою системи управління конкурентоспроможністю. Завоювання й утримання конкурентних переваг — ключові фактори успіху підприємства в конкурентній боротьбі.

Актуальність теми полягає у тому, що конкурентоспроможність підприємства грає велику роль та напряду впливає на діяльність підприємства та його успіх. Сьогодні ринкове середовище в Україні характеризується зростаючою конкуренцією. Завдяки активному інтересу до проблем підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, що виник в наслідок розвитку ринкових відносин, з'явилася велика кількість розробок, спрямованих на вирішення цієї проблеми. Як показує досвід, найбільш успішно адаптується до конкурентної боротьби ті виробники, котрі, постійно і грамотно ведуть пошук конкурентних переваг і реалізують їх на практиці. Сказане та гострий дефіцит знань в новій для нашої економіки справі – конкурентній боротьбі, зумовлює актуальність обраної теми роботи.

Метою моєї роботи є дослідженням сутності конкурентоспроможності підприємства, її оцінка, визначити шляхи підвищення конкурентоспроможності на прикладі підприємства ПрАТ «Одеський коньячний завод».

Для досягнення мети у роботі визначено головні завдання:

1. Охарактеризувати поняття конкурентоспроможність підприємства;
2. Визначити шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств;
3. Провести аналіз конкурентного середовища;
4. Обґрунтувати конкретні пропозиції та рекомендації щодо удосконалення підвищення конкурентоспроможності підприємства;
5. Оцінити ефективність запропонованих заходів.

При дослідженні були використані наступні методи комплексного аналізу: метод порівняння, статистичний метод, графічний метод, метод табличних відображень даних.

Об'єктом дослідження є ПрАТ «Одеський коньячний завод» .

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства.

При написанні роботи основними джерелами інформації були: статистична звітність підприємства; публікації вітчизняних та зарубіжних науковців; навчальні підручники, матеріали нормативних документів; науково-популярні статті періодичних видань.

ВИСНОВОК

У даній дипломній роботі розглянуто сутність конкурентоспроможності підприємства, так як у ринкових умовах висока конкурентоспроможність суб'єктів господарювання є запорукою отримання високого і стабільного прибутку. Висока конкурентоспроможність – основна умова розвитку і ефективної діяльності підприємства. Розглянуто способи оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства та чинники її підвищення.

Ознайомлено з основними характеристиками ПрАТ «Одеський коньячний завод», проведено SWOT-аналіз та виявлено сильні та слабкі сторони його діяльності, загрози та можливості які має підприємство. Обґрунтовано заходи, які збільшать конкурентоздатність підприємства та закріплять лідируючі позиції на ринку.

Проаналізовано ринок коньяку України, виявлені основні конкуренти, їх сильні та слабкі сторони. Фактори в яких вони сильніші за дане підприємство.

А також запропоновано посилення конкурентоспроможності шляхом дооснащення виробництва, а саме цеху дистиляції за рахунок придбання Шарантського перегонного апарату Prulho 400. Виявлено необхідна сума інвестицій у розмірі 24800 тис.грн.

Розраховано приведені інвестиційний грошовий потік проекту та строки його окупності. При найбільш вірогідному сценарію індекс доходності складе 2,99. Строк окупності інвестицій –1,2 роки, NPV – 49517,31 тис. грн.

Показники інвестиційної привабливості проекту вказують на те, що проект буде ефективним та економічно вигідним та допоможе підвищити конкурентоздатність підприємства в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бочарова Т.И.: Как повысить конкурентоспособность организации? – «Управление персоналом», 2003, № 5.
2. Бутенко Н.В. Впровадження концепції CRM на промисловому ринку, [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.econom.univ.kiev.ua/publications/IE/Butenko.N.V/The%20introduction%20of%20the%20concept%20of%20CRM%20on%20the%20industrial%20market.pdf>
3. Бушуева, Л.И. Использование концепции организационных инноваций для управления процессом внедрения систем информационно-аналитического обеспечения маркетинговой деятельности//Маркетинг за рубежом. – 2009.
4. Бенчмаркинг – инструмент развития конкурентных преимуществ [Электронный ресурс] : практическое пособие / Н. А. Воеводина [и др.]. - [Б. м.] : [б. в.] - 360 с.
5. Власова В.М. Основы предпринимательской деятельности (Экономическая теория. Маркетинг. Финансовый менеджмент) / Под ред. В.М. Власовой.— М.: Финансы и статистика, 1996.— 496 с.
6. Воронов А.А.: Моделирование конкурентоспособности продукции предприятия – «Маркетинг за рубежом», 2003, № 4.
7. Галусенко В.І. Аграрний маркетинг / В.І. Галусенко – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 328 с.Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підруч. для студ. екон. спец. вищ. навч. закладів / С.С. Гаркавенко - К.: Лібра, 2002. - 708 с.
8. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник.-Київ: Лібра, 2004.-712 с.
9. Герасимчук В.И. Управление маркетингом / В. И. Герасимчук. — К.: ИСИО, 1993. — 315 с.

10. Гесеева Н.К. Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление / Н.К. Моисеева, Ю.П. Анискин. — М.: Внешторгиздат, 1999. — 110 с.
11. Гірченко Т.Д. Маркетинг: навч. посіб. / Т.Д. Гірченко, О.В. Дубовик. - Київ: Центр навчальної літератури, 2007. — 255 с.
12. Жовновач Р. І. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємства [Електронний ресурс] / Р. І. Жовновач // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. - 2013. - Вип. 23. - С. 116-123. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2013_23_17
13. Ковтун О. І. Імператив інноваційної стратегії в системі управління конкурентоспроможністю для вітчизняних підприємств в умовах перманентної кризи національної економіки [Електронний ресурс] / О. І. Ковтун // Вісник Сумського державного університету. Сер. : Економіка. - 2013. - № 1. - С. 86-101. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSU_ekon_2013_1_13
14. Лановий А. О. Визначення та оцінка конкурентоспроможності продукції / А. О. Лановий, В. М. Полозова // Вісн. Технол. ун-ту Поділля. Екон. науки. - Хмельницький, 2000. - N 3, ч. 1 (спец. вип.). - С. 73-77.
15. Новиков О.А. Коммерческая деятельность производственных предприятий (фирм): Учебник / Под ред. О.А. Новикова, В.В. Щербакова.— СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1999.— 416 с.
16. Павленко А.Ф. Маркетинг: підручник / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак. - К.: КНЕУ, 2003. - 246 с.
17. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машинобудівних підприємствах: [Навч. посібник для машинобудівних спеціальностей інж.-техн. вузів]. – Х.: Основа, 1993. – 288с.
18. Проненко Г.С. Відділ маркетингу – каталізатор упровадження загального управління якістю (TQM) // Маркетинг в Україні. – 2002. – №2. – с. 57-59.

19. Радзієвська С. О. Конкурентоспроможність та інтеграційні перспективи України [Електронний ресурс] / С. О. Радзієвська. - К. : Знання України, 2012. - 344 с.
20. Ротанов Г. Управління конкурентоспроможністю інтегрованих промислових структур / Г. Ротанов // Соціально-економічні проблеми і держава. - 2013. - Вип. 1. - С. 222-227. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sepid_2013_1_25
21. Сагун Л.М. Управління збутом на підприємстві // Регіональні перспективи. – 2002. – №6. – с. 75-77.
22. Старостіна А.О. Промисловий маркетинг: теорія, світовий досвід, практика. Підручник – К.: “Знання - Прес”, 2004. – 687 с.
23. Стратегічне управління конкурентоспроможністю: епістемологічні підходи та практична проблематика: [Електронний ресурс] : монографія / В. П. Мікловда [та ін.] ; Ужгородський національний університет. - Ужгород : [б. в.], 2012. - 300 с.
24. Чеботар С.І., Шевчик М.Г., Рябчик І.В. та ін. / Основи маркетингу: навч. посіб. - К.: Наш час, 2004. - 240 с
25. Шапошник І. О. Теоретичні аспекти управління збутовою діяльністю підприємства на основі маркетингово-логістичного підходу / І. О. Шапошник // «Управління розвитком», 16(113) 2011. – с. 49-51
26. Юзьвак Л. Особливості розвитку теорії і методології сучасного управління конкурентоспроможністю підприємств / Л. Юзьвак // Галицький економічний вісник. - 2013. - № 2. - С. 94-100. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gev_2013_2_16
27. Міністерство фінансів України. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/>