

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра міжнародних економічних відносин

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 8.05056 міжнародні економічні відносини

за магістерською програмою професійного спрямування

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств (організацій)

на тему:

«Шляхи підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства
виноробної промисловості (на прикладі ЗАО «Квінт»)»

Виконавець:

студент 64 групи факультету міжнародної економіки
Орлянський Денис Юрійович

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент
Короленко Наталія Валеріївна

/підпис/

ОДЕСА – 2017

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Посилення ролі конкуренції на внутрішньому та світовому ринках, з одного боку, та отримання більшої свободи у виборі конкурентної стратегії, з іншого, вимагають від керівників підприємств виноробної промисловості прийняття більш виважених управлінських рішень, спрямованих на визначення конкурентної позиції підприємства.

Важливим кроком щодо утримання міжнародної конкурентної позиції підприємства є якісно новий підхід до організації процесу стратегічного управління діяльністю підприємств виноробної промисловості, оскільки особливої актуальності набуває своєчасне та адекватне реагування на зміни динамічного зовнішнього середовища, виклики процесів глобалізації та прискорення науково-технічного прогресу. Це, своєю чергою, змушує підприємства виноробної промисловості постійно удосконалювати методи і засоби стратегічного управління, з метою досягнення й утримання конкурентних позицій та забезпечення довгострокового розвитку підприємства.

Мета та завдання дослідження. Метою дипломної роботи є дослідження та розробка шляхів підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства виноробної промисловості ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT».

Цільове спрямування та логіка дослідження обумовили постановку і вирішення таких **задач дипломної роботи:**

- розкрити сутність міжнародної конкурентної позиції підприємства виноробної промисловості;
- показати чинники формування міжнародної конкурентоспроможності підприємства виноробної промисловості;
- навести методичні підходи до оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства виноробної промисловості;
- оцінити сучасний стан ефективності зовнішньоторговельної діяльності ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT»;
- провести аналіз впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на міжнародну конкурентну позицію ЗАТ «KVINT»;
- провести аналіз та оцінку міжнародної конкурентної позиції підприємства ЗАТ «KVINT» на світовому ринку;
- розробити організаційно-економічні механізми підвищення міжнародної конкурентної позиції ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT»;
- провести прогнозування ефективності заходів підвищення міжнародної конкурентної позиції ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT».

Об'єктом дослідження виступає процес підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства виноробної промисловості ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних аспектів підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства виноробної промисловості.

Методи дослідження. Для розв'язання поставлених завдань і досягнення мети використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, зокрема, а саме методи аналізу та синтезу, порівняння, статистичний аналіз, логічного та емпіричного пізнання, прогнозування (екстраполяції), методи економетричного аналізу (регресійного аналізу), ситуаційного SWOT-аналізу, застосовано системний підхід при викладенні матеріалу, що дало змогу розв'язати поставлені завдання. Для обробки та аналізу даних використовувались комп'ютерні програми (пакет аналізу Microsoft Office Excel 2010).

Інформаційна база дослідження. Правове поле дослідження склали чинні законодавчі та нормативні документи, що регламентують зовнішньоторговельну діяльність суб'єктів господарювання в Україні. Інформаційною базою дипломної роботи послужили офіційні статистичні матеріали, дані звітності підприємства ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT».

Практичне значення одержаних результатів. Практична значимість дипломної роботи полягає в тому, що розроблені рекомендації щодо підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства виноробної промисловості знайшли своє успішне впровадження в діяльності підприємства, про що свідчить акт про впровадження результатів магістерської роботи.

Структура та обсяг роботи. Магістерська робота складається із вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Повний обсяг роботи містить 116 сторінок, у тому числі 29 таблиць на 30 сторінок, 20 рисунків на 20 сторінках, список використаних джерел з 82 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

В I розділі – «Теоретичні аспекти міжнародної конкурентної позиції» - розкрито сутність міжнародної конкурентної позиції, розглянуті чинники, що впливають на формування міжнародної конкурентоспроможності підприємства виноробної промисловості, наведено методичні підходи до оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства виноробної промисловості.

В II розділі – «Аналіз та оцінка міжнародної конкурентної позиції підприємства виноробної промисловості ЗАТ «Квінт» – проаналізовано основні економічні показники зовнішньоекономічної діяльності підприємства, проведена оцінка сучасного стану ефективності зовнішньоторговельної діяльності, проведено аналіз впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на міжнародну конкурентну позицію підприємства, проведена оцінка міжнародної конкурентної позиції підприємства на світовому ринку.

В III розділі – «Організаційно-економічні механізми підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства виноробної промисловості ЗАТ «Квінт» - розроблені практичні рекомендації щодо підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства, зокрема експортний маркетинг, поліпшення якості продукції, створення єдиного логістичного центру, наведена прогнозна оцінка економічної ефективності заходів щодо підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства.

ВИСНОВКИ

Проведені комплексні розрахунки конкурентоспроможності ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT» показали, що досліджуване підприємство є лідером в даній галузі регіону Молдови. Проте вищому керівництву підприємства потрібно приділити особливу увагу тим підрозділам, які на сьогодні не зовсім ефективно використовують надані їм ресурси в порівнянні з іншими аналогічними підприємствами.

Нами пропонуються заходи підвищення міжнародної конкурентної позиції ЗАТ «KVINT»:

1. Прийняття участі в італійській міжнародній виставці вин і спиртних напоїв Vinitaly;
2. Надання знижки постійним оптовим покупцям - метод стимулювання збуту на світовому ринку виноробної продукції
3. Підвищення якості вин за рахунок впровадження технології холодного розливу
4. Створення єдиного логістичного центру в Італії.

Отже, прогнозний річний економічний ефект від впровадження заходів підвищення міжнародної конкурентної позиції ЗАТ «KVINT» в 2018 році складе 15687,26 тис. грн

Таким чином, за результатами розрахунків впровадження заходів підвищення міжнародної конкурентної позиції ЗАТ «KVINT» дозволить в 2018 році отримати чистий дохід від реалізації продукції в розмірі 273313,26 тис. грн, що на 30135,26 тис. грн більше, ніж в 2017 році і прибуток від реалізації виноробної продукції в розмірі 36449,26 тис. грн., що на 18449,26 тис. грн. більше, ніж в 2017 році.

АНОТАЦІЯ

Орлянський Д.Ю. Шляхи підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства виноробної промисловості (на прикладі ЗАО «Квінт»),

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності «Міжнародні економічні відносини» за магістерською програмою «Зовнішньоекономічна діяльність підприємств (організацій)», Одеський національний економічний університет м. Одеса, 2017 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – процес підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства виноробної промисловості ЗАТ «Квінт».

В роботі розглядаються теоретичні аспекти міжнародної конкурентної позиції, розкрито сутність міжнародної конкурентної позиції, розглянуті чинники, що впливають на формування міжнародної конкурентоспроможності підприємства виноробної промисловості, наведено методичні підходи до оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства виноробної промисловості. Здійснено оцінку сучасного стану ефективності зовнішньоторговельної діяльності, проведено аналіз впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на міжнародну конкурентну позицію підприємства, проведено оцінку міжнародної конкурентної позиції підприємства на світовому ринку.

Розроблені практичні рекомендації щодо підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства, зокрема експортний маркетинг, поліпшення якості продукції, створення єдиного логістичного центру, наведена прогнозна оцінка економічної ефективності заходів щодо підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства.

Ключові слова: виноробна промисловість, зовнішньоторговельна діяльність, міжнародна конкурентна позиція, експортний маркетинг, економічна ефективність.

ANNOTATION

Orlyansky D.Yu. Ways to increase the international competitive position of the wine industry enterprises (for example, CJSC "Kvint"),

Qualifying work for obtaining an educational master's degree in the specialty "International Economic Relations" under the master's program "Foreign Economic Activity of Enterprises (Organizations)", Odessa National Economic University, Odessa, 2017

Master's qualification work consists of three sections. The object of the research is the process of increasing the international competitive position of the wine-making enterprise of the CJSC "Quint".

The article deals with theoretical aspects of the international competitive position, discloses the essence of the international competitive position, factors influencing the formation of the international competitiveness of the enterprise of the winemaking industry are considered, methodological approaches to the international competitiveness assessment of the wine industry are presented. The estimation of the current state of efficiency of foreign trade activity was carried out, an analysis of the influence of factors of external and internal environment on the international competitive position of the enterprise was conducted, an international competitive position of the company on the world market was assessed.

Practical recommendations for improving the international competitive position of the enterprise, in particular export marketing, improvement of product quality, creation of a unified logistics center, are developed, and a number of measures are proposed to increase the international competitive position of the enterprise.

Key words: winemaking industry, foreign trade activity, international competitive position, export marketing, economic efficiency.