

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

Кафедра Менеджменту

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 073 Менеджмент
за магістерською програмою професійного спрямування
«Менеджмент організацій»

на тему: **«Управління конкурентоспроможністю підприємства на
(прикладі Одеського заводу шампанських вин)»**

Виконавець:

студент ЦЗФН

Шеремета Сергій Володимирович _____

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., професор

Кублікова Тетяна Борисівна _____

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми На сьогоднішній день у нашій країні склалася досить складна економічна ситуація. Більшість вітчизняних підприємств зазнають великих збитків, але все ж намагаються утриматися на ринку. В таких умовах конкуренція зростає та стає більш жорсткою, тому усі суб'єкти господарювання повинні правильно організувати свою діяльність. У ринкових умовах висока конкурентоздатність суб'єктів господарювання є запорукою отримання високого і стабільного прибутку. Висока конкурентоспроможність – основна умова розвитку і життєдіяльності підприємства. Розуміючи це, вітчизняні товаровиробники в умовах жорсткої конкурентної боротьби ставлять перед собою такі цілі: задоволення потреб, існуючих на ринку, отримання максимального прибутку і збільшення обсягів збуту, розширення частки внутрішнього і зовнішнього ринку, забезпечення необхідного рівня якості та ціни продукції, що виробляється, впровадження нових технологічних процесів і модернізація обладнання.

Трансформація економіки обумовлює необхідність створення та реалізації нової конкурентної політики, спрямованої на досягнення цілей підприємства відповідно до вимог нової економічної дійсності

Конкурентоспроможність є одним з головних вимірників успішної діяльності підприємства. В умовах глобалізації світової економіки глобалізується і конкуренція підприємств. Практично, це завжди конкуренція з відомими світовими виробниками. Сьогодні не можна розраховувати на те, що знайдеться ринок, недоступний для світових виробників, тому проблема забезпечення конкурентоспроможності власної продукції потребуватиме постійних рішучих дій для свого вирішення.

Управління конкурентоспроможністю підприємства як тема кваліфікаційної роботи дає можливість не тільки вивчити теорію, а й постійно використовувати отримані знання на практиці. Крім того, оцінка конкурентоспроможності підприємства настільки тісно пов'язана з

поняттям управління, що набуті навички не можуть залишитися незатребуваними, особливо якщо є практичними.

Мета дослідження Метою кваліфікаційної роботи є розгляд основних теоретичних питань конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємства.

Завдання дослідження:

- описати стан та структуру персоналу підприємства;
- дослідити конкурентне середовище;
- проаналізувати методи оцінки рівня конкурентоспроможності;
- запропонувати шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності;
- обґрунтувати ефективність запропонованих заходів

Об'єкт дослідження ПрАТ «Одеський завод шампанських вин»

Предмет дослідження комплекс теоретичних, методологічних та науково-практичних підходів до управління конкурентоспроможності підприємства ПрАТ «Одеський завод шампанських вин».

Методи дослідження У роботі використовувалися аналітичні, графічні та розрахункові методи дослідження.

Наукова новизна Удосконалено наукові підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства виноробної галузі з урахуванням специфіки конкурентного середовища і підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства виноробної галузі з урахуванням специфіки конкурентного середовища.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (65 найменувань) та 4-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 97 сторінок. Основний зміст викладено на 90 сторінках. Робота містить 30 таблиць, 18 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні основи управління конкурентоспроможністю підприємства»* розглянуто сутність та поняття конкурентоспроможності підприємства, фактори, що визначають конкурентоспроможність підприємства, методику оцінки конкурентоспроможності підприємства.

У другому розділі *«Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства»* проаналізовано фінансово-господарська діяльність підприємства, зовнішнє (галузеве) середовище підприємства, конкурентне середовище підприємства.

У третьому розділі *«Шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства»* запропоновано пропозиції щодо підвищення рівня конкурентоспроможності, надані рекомендації та обґрунтована ефективність запропонованих заходів

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Конкурентоспроможність підприємства характеризує можливість та ефективність його адаптації до умов конкурентного середовища.

До властивостей, якими характеризується конкурентоспроможність підприємства можна віднести: порівнюваність, просторовість, динамічність, предметність, атрибутивність, системність, об'єктивність. Дотримання названих властивостей є необхідною умовою проведення аналітичних досліджень, запорукою вирішення завдань та досягнення поставлених цілей підприємства.

Аналіз впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на конкурентоспроможність підприємства дає можливість: знизити рівень невизначеності й ризику в процесі виробничо-збутової діяльності

підприємства; підвищити якість стратегічного планування й прогнозування виробничо-збутової діяльності підприємства; підвищити рівень конкурентоспроможності підприємства та його продукції; зберегти конкурентні позиції та збільшити частку ринку, що належить підприємству.

На основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що конкурентоспроможність підприємства визначають низка факторів, найбільш вживаними з яких є внутрішні та зовнішні. Визначальним в управлінні конкурентоспроможністю є те, що підприємства можуть успішно розвиватися, якщо вони володіють реальними конкурентними перевагами, котрі створюють передумови для ефективної їх діяльності.

Отже, на сьогодні як закордонна, так і вітчизняна практика економічного управління виробила цілий ряд методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. Кожен з них має як свої переваги, так і недоліки, а тому досить часто необхідним є застосування системи методів для більш повної оцінки конкурентоспроможності того чи іншого підприємства з урахуванням особливостей його господарської діяльності.

2. Проведено аналіз основних фінансово-економічних показників ПрАТ «ОЗШВ», продуктивності праці на ПрАТ «ОЗШВ», аналіз зовнішнього (галузевого) середовища підприємства ПрАТ «ОЗШВ, проаналізовано вплив на підприємство факторів зовнішнього середовища.

Проаналізувавши маркетингове середовище ПрАТ «ОЗШВ» за допомогою PEST-аналізу, ми дійшли висновку, що на діяльність підприємства значною мірою чинять негативний вплив фактори макросередовища, а саме політичні та економічні. Це свідчить про значну політичну та економічну нестабільність в Україні.

Серед політичних факторів найбільш впливовим є: зміни у податковій політиці, які стосуються в тому числі збільшення акцизного податку; загальна політична ситуація в країні. Ці фактори на даний час негативно впливають на діяльність ПрАТ «ОЗШВ».

Найбільш впливовими є економічні фактори. На прибутковість

ПрАТ «ОЗШВ» значно впливає зниження платоспроможності населення, тому що шампанське не відноситься до продуктів першої необхідності, тому цілком ймовірно, що громадяни зменшують його споживання.

Серед соціокультурних факторів слід приділити особливу увагу розвитку культури споживання вина, у тому числі шампанського.

Серед технологічних факторів слід приділити особливу увагу впливу Інтернету. С кожним роком все більше традиційна економіка трансформується в віртуальну, значних змін зазнають тенденції в засобах просування продуктів в мережі Інтернет.

Аналіз факторів мікросередовища показав, що ПрАТ «ОЗШВ» має перевірених постачальників, продукція заводу цілком відповідає перевагам та смакам українських споживачів. ПрАТ «ОЗШВ» знаходиться на сьомому місці в рейтингу гравців на ринку, і хоча завод має ряд конкурентних переваг, але по деяким важливим критеріям конкурентоспроможності ПрАТ «ОЗШВ» програє свої основним конкурентам в Україні.

3.Проведена експертна оцінка конкурентів підприємства за рядом показників. проаналізувавши маркетингове середовище ПрАТ «ОЗШВ», ми дійшли висновку, що на діяльність підприємства значною мірою чинять негативний вплив фактори макросередовища, а саме політичні та економічні. ПрАТ «ОЗШВ» доцільно використовувати внутрішній потенціал для реалізації існуючих можливостей та створення конкурентних переваг. Також, на ціну практично всіх товарів вироблених на українському ринку впливає вартість електроенергії. За останні кілька років вартість електроенергії для промисловості, суттєво зросла за рахунок підвищення оптової ринкової ціни (ОРЦ). Все це спричиняє конфлікти, перш за все, у виробничій сфері: з питань заробітної плати, техніки безпеки, соціальних послуг, недемократичності управління, що породжує мітинги, пікети, страйки тощо.

Для підвищення конкурентоспроможності продукції на ПрАТ «ОЗШВ», було запропоновано знизити величину браку продукції, за рахунок стимулювання працівників, а також придбати установку для перевірки

якісних характеристик пляшки, яка відсутня на підприємстві.

Захід щодо зниження браку за рахунок стимулювання працівників принесло істотний ефект. Величина браку готової продукції знизилася на 0,02%, при цьому підприємство отримало приріст прибутку в розмірі 225378,8 грн.

Придбання установки для випробування пляшок на тиск також принесло підприємству хороший результат. Тривалість виробничого процесу зменшилася. Сумарні чисті грошові надходження за три роки проекту складають 79434,9 тис.грн. Також підприємство зможе надавати послуги з контролю якості пляшок іншим підприємствам виноробної галузі, що дозволить йому в подальшому отримувати додатковий прибуток. Потенційними клієнтами є ЗАТ «Одеський коньячний завод», ЗАТ «Одесавинпром» та ін.

Зараз ПрАТ «Одеський завод шампанських вин» - сучасне підприємство, потужність до яких становить 15 мільйонів пляшок на рік. Асортимент продукції складається з 33 найменувань. Крім внутрішнього ринку, продукція заводу відома в таких країнах як Естонія, Абхазія, Ізраїль, Чехія, Великобританія, Канада, Швейцарія та інші.

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня магістра
Шеремети С.В.

«Управління конкурентоспроможністю підприємства (на прикладі Одеського заводу шампанських вин)»

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності
073 «Менеджмент» за магістерською програмою «Менеджмент організацій»,
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2018 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження - ПрАТ «Одеський завод шампанських вин».

У роботі розглядаються теоретичні аспекти та поняття конкурентоспроможності підприємства. Зроблено аналіз основних факторів, що визначають і впливають на конкурентоспроможність підприємства. Розглянуті методи оцінки конкурентоспроможності підприємства за окремими аспектами його діяльності – виробничим, інноваційним, маркетинговим, фінансовим тощо.

Проаналізовано фінансово-господарська діяльність підприємства, проведено аналіз техніко-економічних показників, конкурентного середовища підприємства. основні тенденції ринку виноробної продукції України в цілому, визначені особливості сегменту ігристих і шампанських вин. Надані рекомендації щодо поліпшення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Запропоновано та економічно обґрунтовано шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, продукція, конкуренти, постачальники, товари-замінники, споживачі

ANNOTATION

thesis for Master degree in specialty
Sheremeta S.V.

"Managing the Competitiveness of the Enterprise
(for example, the Odessa Champagne Wine Factory)"

thesis for Master degree in specialty under the program «Organizational Management»
Odessa National Economic University
Odessa, 2018

This thesis consists of three chapters. Object of study is the Odessa plant of champagne wines. The diploma thesis deals with theoretical aspects and concepts of enterprise competitiveness. The analysis of the main factors determining and influencing the competitiveness of the enterprise is made. The methods of assessing the competitiveness of an enterprise on certain aspects of its activity - industrial, innovative, marketing, financial, etc. are considered.

The financial-economic activity of the enterprise is analyzed, the analysis of technical and economic indicators, the competitive environment of the enterprise is carried out. The main tendencies of the market of Ukrainian wines in general, the features of the segment of sparkling and champagne wines are determined. Provided recommendations for improving the competitiveness of the enterprise.

The ways of raising the level of competitiveness of the enterprise are proposed and economically substantiated.

Keywords: competitiveness, products, competitors, suppliers, substitute products, consumers