

**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: «Формування конкурентної стратегії на ринку алкогольної продукції»

Виконавець:

студент центру заочної форми навчання
Щукіна Валерія Русланівна _____
(прізвище, ім'я, по батькові)
/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., ст.викладач
Горбатенко Артур Всеволодович _____
(прізвище, ім'я, по батькові)
/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми Стратегічний менеджмент є ефективним інструментом керування, за допомогою якого, організації розробляють й реалізують конкурентну стратегію посилення своїх позицій на динамічних ринках, що і визначає актуальність запропонованого дослідження.

Мета дослідження діагностика конкурентоспроможності організації і розробка на цій основі конкурентної стратегії, яка б забезпечила підвищення її конкурентного статусу.

Завдання дослідження:

- розкрити суть конкурентоспроможності підприємства;
- показати основні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- вивчити методи оцінки конкурентоспроможності;
- дослідити вплив чинників зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства на рівень його конкурентоспроможності;
- на підставі проведених досліджень дати характеристику конкурентоспроможності підприємства в порівнянні з підприємствами, що функціонують в цій галузі;
- сформулювати стратегію, яка б забезпечила підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку алкогольної продукції.

Об'єкт дослідження ПрАТ «Харчовик», яке займається переробкою виноматеріалу та подальшою реалізацією.

Предмет дослідження є процес формування конкурентної стратегії на ринку алкогольної продукції.

Методи дослідження: Дослідження було здійснено з використанням як емпіричних методів дослідження (спостереження, порівняння) так і загальних (аналіз, моделювання).

Інформаційну базу дослідження склали звітні документи ПрАТ «Харчовик», статистичні та нормативні документи в галузі алкогольної продукції.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (49 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 84 сторінки. Основний зміст викладено на 80 сторінках. Робота містить 13 таблиць, 13 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 1 статтю: «Особливості роботи сучасних компаній на ринку послуг» // Матеріали IV Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми менеджменту: теоретичні і практичні аспекти» червень 2019 року.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні основи формування конкурентної стратегії підприємства»* досліджено основні принципи стратегічного управління, поняття конкурентоспроможності, як кінцевої мети при формуванні конкурентної стратегії, поняття та види конкурентних переваг. Визначено поняття конкурентного потенціалу на аналізі якого базується формування конкурентної стратегії. Розглянуто управлінський аналіз, як метод формування конкурентної стратегії підприємства.

У другому розділі *«Дослідження конкурентоспроможності ПрАТ «Харчовик»* надано загальну характеристику підприємства та проаналізовано його організаційну структуру, проаналізовано фінансово-економічне стан підприємства. Проведено управлінський аналіз конкурентних позицій підприємства на ринку алкогольної, визначивши вирішальні фактори конкурентоспроможності та оцінивши конкурентоспроможність підприємства по відношенню до основних конкурентів. Оцінено перспективи поліпшення конкурентних позицій на ринку алкогольної продукції. За допомогою SWOT-аналізу доведено обґрунтованість обраного напрямку розвитку підприємства.

У третьому розділі *«Розробка конкурентної стратегії розвитку товарного портфелю»* проведено обґрунтування виходу на ринок пива, проаналізувавши конкурентне середовище галузі та визначивши високі темпи росту протягом останніх років, що підтверджує правильність обраної стратегії і перспективність виходу на цей ринок. Проаналізувавши потенціал Одеської області, виявлено значну кількість споживачів, яких можна притягнути за допомогою дійсно якісного та недорогого продукту. Обґрунтовано проект установки та запуску пивовареного заводу, розраховано план грошових потоків.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

- Аналіз фінансово-господарської діяльності виявив нестабільне положення підприємства, спад ефективності основної діяльності та ризиковані методи ведення бізнесу.

- Дослідивши ринок алкогольної продукції можна зробити висновок, про наявність на ринку невеликої кількості основних гравців та великої кількості невеликих підприємств, серед яких і знаходиться ПрАТ «Харчовик». Перспективи для розвитку фактично відсутні.

- Зважена оцінка конкурентоспроможності виробників вина визначила причини такого положення підприємства, пов'язані з низькою репутацією ПрАТ «Харчовик» у споживачів. Точніше вони взагалі не мають представлення о компанії, а торгові марки компанії використовуються для продажу будь яких виноматеріалів Торгового дому «Alcoline».

- SWOT - аналіз визначив не перспективність боротьби з крупними виноробними компаніями стандартними методами. Існує тільки один напрям, що дозволить зайняти достойне положення на ринку – зниження собівартості

продукції. А досягти цього можна за рахунок розширення товарного портфелю компанії. Так для більш ефективного використання виробничих потужностей пропонується вихід на ринок пива.

- Дослідження ринку пива виявив достатньо високі темпи росту протягом останніх років, що підтверджує правильність обраної стратегії і перспективність виходу на цей ринок. На ринку присутні 4 виробника пива які займають 87% ринку. Однак якість продукції у всіх практично однакова та визиває незадоволення споживача. Тому існує достатня кількість невеликих компаній, які позиціонують себе, як виробників більш якісного продукту.

- Проаналізувавши потенціал Одеської області, ми виявили значну кількість споживачів, яких можна притягнути за допомогою дійсно якісного та недорогого продукту. Саме на них буде спрямована діяльність ПрАТ «Харчовик». Сприятим цьому повинна відомість існуючих торгових марок, які належать підприємству - ТМ «Volgrad» та «Marelli».

- Розрахунок економічної ефективності запуску пивоварного заводу показав високу дохідність та окупність бізнесу.

АНОТАЦІЯ

Щукіна В.Р., «Формування конкурентної стратегії на ринку алкогольної продукції»,
(*прізвище та ініціали студента*) (*назва кваліфікаційної роботи*)
кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 073 "Менеджмент" за магістерською програмою
«Менеджмент організацій»,
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2019 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – ПрАТ «Харчовик».

У роботі розглядаються теоретичні аспекти Дослідження, аналізу, формування та розвитку конкурентної стратегії підприємства Проаналізовано Фінансово-економічну діяльність ПрАТ «Харчовик», ринок вина України, конкурентний профіль підприємства, внутрішній потенціал підприємства за допомогою SWOT-аналізу, ринок пива.

Запропоновано вихід на ринок пива України, установка та запуск пивоварного заводу.

Ключові слова: Конкурентні переваги, конкурентна стратегія, SWOT-аналіз, конкурентний профіль, багатокутник конкурентоспроможності.

ANNOTATION

Schukina V.R., « Formation of competitive strategy in the market of alcoholic products»,
(*students surname and initials*) (*work title*)
thesis for Master degree
in specialty 073 «Management » under the program «Management of Organizations»,
Odessa National Economic University
Odessa, 2019

Thesis consists of three chapters. Object of study- PrJSC “Harchovik”.

Diploma thesis deals with theoretical aspects of researching, analysis, formation and development of competitive strategy of the enterprise.

It was analysed financial and economic activity of PrJSC “Harchovik”, industry of wine of Ukraine, competitive profile of the enterprise and internal capacity of the enterprise by means of SWOT analysis, industry of beer.

It is offered entry into the market of beer of Ukraine, installation and start of brewery.

Keywords: competitive advantages, Competitive strategy, SWOT-analysis, competitive profile, competitiveness polygon.