

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра Економіки підприємства та організації підприємницької діяльності
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
(шифр та найменування спеціальності)
за магістерською програмою професійного спрямування
«Економіка та стратегія розвитку підприємства»
(назва магістерської програми)

на тему: **«Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства»**
(назва теми)

Виконавець:

студент центру заочної та вечірньої форм
навчання

Іванов С.І. _____

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

Науковий керівник:

к.е.н., викладач

(науковий ступінь, вчене звання)

Тарасова Ю.А. _____

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

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми Конкуентоспроможність є визначальним фактором виживання, стабілізації та розвитку індустрій, а також окремих їх галузей, підгалузей і підприємств. На європейських і світових ринках національна й галузева конкурентоспроможність фокусується на результатах діяльності підприємств та окремих виробництв, з одного боку, і конкурентоспроможності підприємств і аналогічних виробництв, з іншого боку. Таким чином, у сучасних умовах міжнародної інтеграції, інноваційного розвитку особливого значення набуває забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Сьогоднішня економіка визначає конкретні вимоги до підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств-оперативне реагування на зміну господарської ситуації з метою підтримки стійкого розвитку, зміцнення фінансової стійкості, постійне вдосконалення внутрішніх бізнес-процесів відповідно до зміни кон'юнктури ринку.

Оцінка економічного потенціалу виноробного підприємства передбачає визначення обсягу економічних ресурсів, якими воно володіє, та кількості продукції, яку може бути ним реалізовані за умови найповнішого та найефективнішого використання зазначених ресурсів. Економічна інформація в поєднанні з оцінкою конкурентоспроможності дозволяє визначити можливості нарощування обсягів виробництва і реалізації виноробної продукції та підвищення конкурентоспроможності в умовах реформування економіки. Проблеми управління конкурентоспроможністю виноробних підприємств привертають дедалі більшу увагу керівництва, оскільки від неї значною мірою залежать обсяги реалізації алкогольної продукції. Для того, щоб зберегти і зміцнити свої позиції на ринку, підприємству необхідно не лише підтримувати високі конкурентні переваги, але й постійно розробляти заходи щодо їх формування та підвищення. Важливими критеріями конкурентоспроможності є

обсяг продажу та стабільне місце виноробного підприємства на ринку в мінливих умовах. Джерелами конкурентних переваг є прогресивна організаційно-технологічна і соціально-економічна база підприємства, вміння аналізувати та своєчасно здійснювати заходи щодо зміцнення конкурентних переваг. Останнє слід відзначити особливо, тому що аналіз та оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства необхідні на всіх ступенях розвитку підприємства. На сьогоднішньому етапі розвитку національної економіки питанням, що потребує першочергового вирішення, є розробка ефективних механізмів і заходів, які сприятимуть підвищенню рівня конкурентоспроможності вітчизняних виробників ринку виноробної продукції та стануть запорукою загального зміцнення економічних позицій України.

Мета дослідження Метою кваліфікаційної роботи є дослідження та розробка шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства ПАТ «Коблево».

Завдання дослідження:

- дослідити сутність конкурентоспроможності підприємства;
- розглянути чинники формування конкурентоспроможності підприємства;
- представити методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- проаналізувати вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на конкурентоспроможність підприємства ПАТ «Коблево»;
- провести оцінку конкурентоспроможності підприємства ПАТ «Коблево»;
- розробити організаційно-економічні заходи підвищення конкурентоспроможності ПАТ «Коблево»;
- навести прогнозну оцінку ефективності заходів щодо підвищення конкурентоспроможності ПАТ «Коблево».

Об'єктом дослідження виступає процес підвищення конкурентоспроможності підприємства виноробної промисловості ПАТ «Коблево».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних аспектів підвищення конкурентоспроможності 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 ПАТ «Коблево».

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 104 сторінки, у тому числі 29 таблиць на 30 сторінок, 20 рисунків на 20 сторінках, список використаних джерел з 51 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретико-методологічні аспекти конкурентоспроможності підприємства»** розглянуто сутність

конкуреноспроможності підприємства. Конкуреноспроможність підприємства є одним із важливих аспектів ринкового середовища, який характеризує можливість підприємства адаптуватися до умов ринку, посісти провідне місце та втримати його якомога довше. Проблема управління та підвищення конкуреноспроможності підприємства зумовлена складністю самого підприємства як об'єкта управління, наявністю залежності конкуреноспроможності підприємства від умов зовнішнього середовища. Слово «конкуренція» походить від латинського – «concurrere», тобто «стикатися». Вона являє собою механізм суперництва на ринку товарів, боротьби ринкових структур за право знайти свого покупця і за можливість продати свій товар на найбільш вигідних умовах і отримати бажаний прибуток.

Також у першому розділі кваліфікаційної роботи розглянуто чинники формування конкуреноспроможності підприємства. Для визначення конкуреноспроможності підприємства на ринку необхідно виділення факторів, що впливають на можливості виграшу чи програшу організації в конкурентній боротьбі. Слід відзначити, що дослідження чинників формування конкуреноспроможності підприємства має важливе значення для забезпечення її належного рівня, оскільки управління конкуреноспроможністю суб'єкта господарювання здійснюється шляхом впливу на чинники, які її обумовлюють. Під факторами (чинниками) конкуреноспроможності підприємства будемо розуміти причини, обставини, параметри, що визначають реальну та потенційну спроможність підприємства вести активну конкурентну боротьбу, протистояти впливу зовнішнього середовища, виготовляти та збувати конкуреноспроможні товари та/або послуги, здійснюючи ефективну діяльність в умовах ринкових відносин.

Крім того у даному розділі розглянуто методичні підходи до оцінки конкуреноспроможності підприємства. Основними критеріями, завдяки яким визначають конкуреноспроможність підприємства, є: здатність відповідати

високим вимогам ринку, якість задоволення споживчого попиту та ресурсний потенціал. Зокрема, актуальним є дослідження методів оцінки конкурентоспроможності підприємства як складової його розвитку. Проведення процедури її оцінювання є одним із важливих етапів управління конкурентоспроможністю. Як процес виявлення сильних і слабких місць підприємства вона дає змогу знайти можливість максимального удосконалення його діяльності для забезпечення подальшого успішного функціонування на ринку, а також визначити його місце серед основних конкурентів. Оцінка конкурентоспроможності – це досить великий комплекс заходів щодо аналізу відповідності стану товарів і послуг компанії умовам ринку тощо.

У другому розділі **«Аналіз та оцінка конкурентоспроможності підприємства ПАТ «Коблево»** проаналізовано господарську діяльність досліджуваного підприємства за останні три роки по основним техніко економічним показникам. Аналізуючи дані за три роки, ми бачимо, що виручка від реалізації продукції збільшилась в 2018 році на 81425 тис. грн. і в 2019 році – на 26509 тис. грн. Це пов'язано в основному з підвищенням цін на продукцію, також були укладені угоди з оптовими покупцями виноробної продукції. Позитивним явищем є зростання прибутку від операційної діяльності, а також чистого фінансового результату в 2019 році відповідно на 17090 тис. грн. і 26170 тис. грн. Також позитивним явищем є позитивна динаміка показників рентабельності. Операційна рентабельність продажу зросла з 9,39 до 13,75%, чиста рентабельність продажу з 7,4 до 12,49%. Спостерігалася позитивна тенденція до збільшення фондів ОВФ, цей показник є одним з основних показників ефективності використання основних засобів. Середньооблікова чисельності ПВП в 2018 році збільшилась на 11 осіб, в 2019 році – на 15 осіб. Продуктивність праці в 2018 році збільшилась на 13,15%, а в 2019 році – на 1,04%. що позитивно характеризує використання трудового потенціалу на підприємстві.

Аналіз основних техніко-економічних показників свідчать про середній рівень ефективності виробництва, але в 2019 році простежується тенденція до покращення виробничо-господарської діяльності ПАТ «Коблево».

Крім того був проведений аналіз впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на конкурентоспроможність підприємства ПАТ «Коблево». Для оцінки впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на міжнародну конкурентоспроможність продукції ПАТ «Коблево» використовуємо метод SWOT-аналізу. SWOT-аналіз дозволяє визначити причини ефективної або неефективної роботи компанії на ринку, це стислий аналіз маркетингової інформації на підставі якого робиться висновок про те, в якому напрямку організація повинна розвивати свій бізнес і в кінцевому підсумку визначається розподіл ресурсів по сегментах. Результатом аналізу є розробка маркетингової стратегії або гіпотези для подальшої перевірки. Класичний SWOT-аналіз передбачає визначення сильних і слабких сторін у діяльності фірми, потенційних зовнішніх загроз і сприятливих можливостей і їх оцінку щодо стратегічно важливих конкурентів. Для формування таблиці був використаний методичний підхід визначення та оцінки експертами кожного чинника, як із внутрішнього середовища, так і зовнішнього, на основі кількісних та якісних його значень. Для проведення SWOT-аналізу залучено 5 експертів-маркетологів, які є спеціалістами в галузі дослідження ринку алкогольної продукції. За оцінками експертів сукупність сильних сторін підприємства та набір можливостей зовнішнього середовища дадуть можливість підприємству ТОВ ПАТ «Коблево» зменшити вплив слабких сторін та мінімізувати ризики, що несе в собі макро- та мезосередовище підприємства.

Також у другому розділі кваліфікаційної роботи була проведена оцінка конкурентоспроможності підприємства ПАТ «Коблево». На сьогодні оцінка конкурентоспроможності підприємства є важливою умовою формування державної політики економічної безпеки, регіональної та галузевої політики.

Запропоновано методичний підхід до комплексного оцінювання конкурентоспроможності підприємства, який ґрунтується на аналізі його технологічних, виробничих, фінансових, організаційних та збутових можливостей, комплексному застосуванні традиційного фінансово-економічного підходу та оцінюванні конкурентоспроможності продукції з використанням диференціального методу, що забезпечує можливість отримувати надійні оцінки для прийняття обґрунтованих рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності та спрямованості розвитку. Заключним етапом системи оцінювання конкурентоспроможності підприємства запропоновано використовувати матрицю комплексного оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства, яка побудована на основі визначеного інтегрального показника конкурентоспроможності та стадії життєвого циклу підприємства. Запропонована матриця визначає потенційні можливості підприємства і заходи, необхідні для забезпечення бажаних конкурентних позицій.

У третьому розділі **«Організаційно-економічні механізми підвищення конкурентоспроможності підприємства ПАТ «Коблево»** запропоновано шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства. По перше в роботі пропонується підприємству ПАТ «Коблево» прийняти участь у міжнародній виставці вин і алкогольних напоїв Wine&Spirits Ukraine з метою активізації експорту виноробної продукції. Кращими аргументами в користь участі в даній виставці є дослідження результатів проведення міжнародній виставці вин і алкогольних напоїв Wine&Spirits Ukraine торік і результати проведення інших виставок цими ж організаторами. Проведене маркетингове дослідження виявило, що в даній виставці приймали участь найбільш відомі підприємства виноробної галузі України. З врахуванням витрат на проведення виставки можна зробити висновок, що за дні проведення виставки вона окупиться в повному обсязі. Проте

варто відмітити, що під час проведення виставки не лише реалізуються продажі, але і притягуються потенційні покупці.

Основними відходами ПАТ «Коблево» є гребені, які відокремлюються від грон винограду після подрібнення винограду; вичавки, які утворюються після пресування винограду при виготовленні білих і рожевих вин; дріжджові осади, які осідають на дно бочок і резервуарів після бродіння, і осади, які виділяються після спиртування сусла і вина; винний камінь, який відкладається на стінках бочок при бродінні сусла і витримці вина. З них можна і потрібно, як у всіх розвинених виноробних країнах, виробляти затребувані ринком товари. Тому наступним шляхом підвищення конкурентоспроможності ПАТ «Коблево» пропонується реалізація вторинної сировини виноробства.

Третім напрямком підвищення конкурентоспроможності ПАТ «Коблево» пропонується впровадити комплекс обладнання «Della Toffola» для виробництва вина ПАТ «Коблево» з метою підвищення якості і конкурентоспроможності продукції. Початковий комплекс обладнання лінії включає бункера-живильники, валкові або ударно-відцентрові дробарки-відділення ягід, сульфідодозіровочніе установки. Цей комплекс забезпечує переробку винограду в стерилізовану мезгу. Ведучий комплекс обладнання лінії складається з камерних або шнекових стекателя і пресів періодичної або безперервної дії. У стекателя під дією гравітації з мезги виділяється сусло-самоплив, а преси із залишків мезги віджимають пресову фракцію сусла. Кожну з отриманих фракцій сусла переробляють в сухий або кріпленій виноматеріал за допомогою однакових комплексів обладнання. У такий комплекс входять сульфідодозіровочніе установки, відстійники, бродильні апарати, спіртодозатори і резервуари для зберігання виноматеріалів.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Для визначення конкурентоспроможності підприємства на ринку необхідно виділення факторів, що впливають на можливості виграшу чи програшу організації в конкурентній боротьбі. Дослідження чинників формування конкурентоспроможності підприємства має важливе значення для забезпечення її належного рівня, оскільки управління конкурентоспроможністю суб'єкта господарювання здійснюється шляхом впливу на чинники, які її обумовлюють. 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.
2. Здійснивши аналіз розроблених на сьогодні методів оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства, можна прийти до висновку, що не існує ідеальної з усіх боків методики комплексного оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Виділені недоліки наявних підходів до оцінювання конкурентоспроможності підприємств обумовлюють сильно обмежені можливості практичного застосування більшої їх частини. Для коректної оцінки і подальшого підвищення конкурентоспроможності підприємства розроблено безліч методів, які можуть застосовуватися як окремо, так і в комплексі, в залежності від завдань, поставлених перед початком проведення оцінки. Різноманіття існуючих сьогодні методів ускладнює вибір найкращих методів оцінки. Розроблена матриця оптимального співвідношення методів оцінки конкурентоспроможності та показників підприємства дає можливість підібрати найбільш ефективний і простий метод оцінювання для кожного конкретного підприємства.

3. На сьогодні оцінка конкурентоспроможності підприємства є важливою умовою формування державної політики економічної безпеки, регіональної та галузевої політики. Запропоновано методичний підхід до комплексного оцінювання конкурентоспроможності підприємства, який ґрунтується на аналізі його технологічних, виробничих, фінансових, організаційних та збутових можливостей, комплексному застосуванні традиційного фінансово-економічного підходу та оцінюванні конкурентоспроможності продукції з використанням диференціального методу, що забезпечує можливість отримувати надійні оцінки для прийняття обґрунтованих рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності та спрямованості розвитку. Заключним етапом системи оцінювання конкурентоспроможності підприємства запропоновано використовувати матрицю комплексного оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства, яка побудована на основі визначеного інтегрального показника конкурентоспроможності та стадії життєвого циклу підприємства. Запропонована матриця визначає потенційні можливості підприємства і заходи, необхідні для забезпечення бажаних конкурентних позицій.
4. Експортний маркетинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності. За умов сучасної інтернаціоналізації економіки однією з найважливіших проблем виноробних підприємств виступає як найтриваліше забезпечення свого перебування на ринку, а також поліпшення свого іміджу. У цьому напрямку система торговельних виставок-ярмарок надає високоефективні засоби розповсюдження й отримання широкого спектру економічних, технічних, комерційних переваг для виноробних підприємств. Стратегія участі у виставковій діяльності має стати для українських підприємств мобілізуючим засобом для досягнення поставленої мети, реалізації

комерційних прагнень. Вирішальну роль в підвищенні конкурентоспроможності українських підприємств зараз має вибір підходів до планування виробництва, яке у свою чергу повинне спиратися на вивчення потреб як внутрішнього, так і зовнішнього ринку з позицій організації збуту своєї продукції. Міжнародна виставка вин та алкогольної Wine&Spirits Ukraine – міжнародна виставка ефективних рішень для виробників виноробної продукції, яка презентує весь комплекс передових технологій для підвищення конкурентоспроможності виробництва вина та алкоголю відповідно до світових викликів та глобальних змін.

5. Підвищення міжнародної конкурентоспроможності за рахунок реалізації вторинної сировини виноробства. Істотним резервом зростання міжнародної конкурентоспроможності і підвищення прибутку є ефективне використання винограду шляхом впровадження безвідхідних технологій, яке розглядається як стратегічний напрямок раціонального використання обмежених природних ресурсів і охорони навколишнього середовища. метою підвищення міжнародної конкурентоспроможності для удосконалення процесів переробки вторинної сировини виноробства з метою підвищення прибутку ПАТ «Коблево» нами пропонується придбати наступне обладнання: інфрачервона сушарка ИКС-1; сепаратор виноградного насіння СВС-2; дробарка гребенів винограду ДГВ-2.
6. Впровадження комплексу обладнання «Della Toffola» з подвійною фільтрацією для виробництва вина ПАТ «Коблево» з метою підвищення якості і конкурентоспроможності продукції. В період політичної і економічної кризи для виноробних підприємств актуальним є питання підвищення якості і конкурентоспроможності продукції. В умовах ринкової економіки успіх розвитку виноробного бізнесу багато в чому

залежить від технологій і обладнання. Нами пропонується керівництву заводу ПАТ «Коблево» приділяти серйозну увагу роботі удосконаленню технології виробництва вина. З метою підвищення якості і конкурентоспроможності продукції нами пропонується впровадження лінії обладнання «Della Toffola» з подвійною фільтрацією.

Отже, впровадження комплекс обладнання «Della Toffola» з подвійною фільтрацією дозволить: підвищити якість і конкурентоспроможності продукції; знизити витрати по утриманню і експлуатації обладнання, витрати на ремонтні роботи по обладнанню; значно зменшити річне споживання електроенергії; знизити загальні експлуатаційні витрати за рік на 198840 грн. і отримати прибуток в тому ж розмірі; здійснити заміну обладнання виключно за рахунок амортизаційного фонду і вивільнити з нього кошти для розширеного відтворення виробничих фондів; окупити капітальні вклади в економічно ефективний строк.

АНОТАЦІЯ

Іванов С. І. «Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства».
Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за магістерською програмою
(шифр та назва спеціальності)
професійного спрямування «Економіка та стратегія розвитку підприємства». -
(назва магістерської програм)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2020.

У роботі розглядаються теоретико-методологічні аспекти конкурентоспроможності підприємства. Розглянуто сутність конкурентоспроможності, чинники формування конкурентоспроможності та методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Проаналізовано господарську діяльність підприємства ПАТ «Коблево» по основним техніко-економічним показникам, проаналізовано вплив зовнішніх та внутрішніх факторів на конкурентоспроможність підприємства та проведена оцінка конкурентоспроможності ПАТ «Коблево».

Запропоновано впровадити експортний маркетинг, як інструмент підвищення конкурентоспроможності ПАТ «Коблево», реалізацію вторинної сировини виноробства та впровадження нового виробничого обладнання для підвищення якості продукції.

Ключові слова: підприємство, прибуток, конкурентоспроможність, виноробна продукція.

ANNOTATION

Ivanov S. "Ways to increase the competitiveness of the enterprise"

Qualifying work on obtaining a master's degree in the specialty 076 "Entrepreneurship, trade and exchange activities" under the master's program
(code and name of the specialty)
professional direction "Economics and strategy of enterprise development". –
(title of master program)

Odessa National Economics University. – Odessa, 2020.

The paper considers theoretical and methodological aspects of enterprise competitiveness. The essence of competitiveness, factors of formation of competitiveness and methodical approaches to an estimation of competitiveness of the enterprise are considered.

The economic activity of the enterprise PJSC "Koblevo" is analyzed according to the main technical and economic indicators, the influence of external and internal factors on the competitiveness of the enterprise is analyzed and the competitiveness of PJSC "Koblevo" is assessed.

It is proposed to introduce export marketing as a tool to increase the competitiveness of PJSC "Koblevo", the sale of secondary raw materials for winemaking and the introduction of new production equipment to improve product quality.

Key words: enterprise, profit, competitiveness, wine products