МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра Економіки підприємства та організації підприємницької діяльності
(найменування кафедри)

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
_____ Янковий О.Г.
(підпис)
"___" _____ 2018 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

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:**«Формування конкурентних переваг підприємства (на прикладі ПрАТ «Подільська меблева фабрика»)**
(назва теми)

Виконавець:
студент центру заочної форми навчання
Савенко Д.С._____ _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:
к.е.н., доцент
(науковий ступінь, вчене звання)
___Танасюк І.М.___ _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ОДЕСА – 2018

ЗМІСТ

ВСТУП…….3

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ……5

1.1. Конкурентна перевага: поняття, її види, форми та властивості….5

1.2. Фактори, що забезпечують конкурентну перевагу……10

1.3. Особливості формування та оцінювання конкурентних переваг підприємства в сучасний умовах……..14

РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ПрАТ «ПОДІЛЬСЬКА МЕБЛЕВА ФАБРИКА»……17

2.1. Загальна характеристика та аналіз основних техніко-економічних показників ПрАТ «Подільська меблева фабрика»……17

2.2. Аналіз рівня конкурентоспроможності підприємства …….42

2.3. Основні тенденції ринку меблів в Україні……...48

2.4. СВОТ-аналіз ПрАТ "Подільська меблева фабрика" та прогнозне оцінювання основних напрямків діяльності ……....54

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЯ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПрАТ «ПОДІЛЬСЬКА МЕБЛЕВА ФАБРИКА»……...61

ВИСНОВКИ……..73

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ……..75

ВСТУП

В сучасних економічних умовах здатністю до досягнення конкурентних переваг володіють ті підприємства, які спроможні адаптуватися до нестабільності зовнішнього середовища з одночасною оптимізацією всіх своїх внутрішніх можливостей. Багатовекторний характер цієї проблеми обумовив появу нових форм, методів і інструментарію досягнення конкурентних переваг підприємства.

Підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств багато в чому залежить від можливості і якості управління конкурентними перевагами. В умовах кон'юнктури ринку, яка постійно змінюється необхідно розробляти адекватні заходи щодо підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства. Саме тому темою кваліфікаційної роботи магістра було вибрано формування конкурентних переваг в сучасний період.

У рамках поставленої мети треба було рішення наступних завдань:

- розглянути теоретичні аспекти поняття конкурентної переваги, її видів та властивостей ;
- дослідити особливості конкуренції на ринку меблевої продукції;
- розглянути методи аналізу конкурентоспроможності підприємства ;
- дослідити основні методи управління розвитком підприємства з метою підвищення конкурентоспроможності;
- проаналізувати та оцінити динаміку техніко-економічних показників фінансово-господарської діяльності ПрАТ Подільська меблева фабрика;
- визначити рівень конкурентоспроможності ПрАТ Подільська меблева фабрика та її продукції.

Предметом дослідження є конкурентна перевага підприємства та її оцінка.

Об'єктом дослідження є проблема формування та утримання конкурентних переваг ПрАТ Подільська меблева фабрика .

Основою для проведення аналізу фінансово-економічного стану підприємства є комплект річної звітності і форма №1, 2 які відрізняються обсягами інформації, термінами формування та послідовністю складання.

Інформаційною базою дослідження є наукові публікації та монографічні видання вітчизняних і закордонних вчених, нормативно-законодавчі акти України й інших країн, матеріали наукових конференцій і досліджень, звіти та аналітичні матеріали відповідних державних органів, дані звітності підприємств, офіційних статистичних збірників, Інтернет джерел,

У процесі досліджень використовувалися методи: логічного узагальнення (при формуванні висновків), пізнання економічних показників та форм управління, економіко-математичного аналізу (при оцінці потенціалу підприємства), статистичні методи (при проведенні аналізу показників господарської діяльності підприємств), методи прогнозування економічних процесів та інше.

Елементи наукової новизни. В третьому розділі роботі на основі детального аналізу стратегічного потенціалу у 2013 -2017рр ПрАТ «Подільська меблева фабрика»" було розроблено стратегію формування в сучасних умовах.

Обсяг і структура роботи**.** Дипломна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків і пропозицій, списку використаних джерел, додатків.

ВИСНОВКИ

Конкурентні переваги - характеристики, споживчих властивостей товару або марки, які створюють для фірми певну перевагу над її безпосередніми конкурентами. Така перевага досягається шляхом надання споживачам більших благ: або за рахунок реалізації більш дешевої продукції, або завдяки пропозиції високоякісних продуктів з набором додаткових послуг, проте за порівняно вищими цінами. Таким чином, конкурентоспроможність підприємства формує не окремо визначена перевага, а сукупність конкурентних переваг, а отже, враховуючи низку підходів щодо визначення їх суті, проблема оцінки конкурентоспроможності через конкурентні переваги зводиться до виокремлення їх та вираження через відповідну систему характеристик.

Аналіз основних показників фінансово – господарчої діяльності підприємства за 2013 -2017 рр . показав, що обсяги виробництва та реалізації продукції ПрАТ «Подільська меблева фабрика протягом останніх п’яти років постійно зменшувались у порівнянні з минулими роками. У цей період значно зросли ціни на матеріали, паливно-мастильні матеріали, енергоресурси, що привело до підвищення затрат, зменшення прибутку та власних обігових коштів. У 2013-2017 роках загальною проблемою стало скорочення виробництва. Підприємство працювало нестабільно з вимушеними зупинками. Різко знизився попит на меблі тому що, знизився платоспроможний рівень населення , внаслідок того, що багато підприємств не працюють, населення не одержує заробітну плату, підвищилися тарифи на комунальні послуги. Меблі не є предметами першої необхідності, тому у порівнянні з минулими роками значно знизилися об'єми реалізації та обсяги виробництва продукції.

Аналіз досвіду роботи підприємства показав, що сформований порядок прийняття й реалізація стратегічних рішень не систематизований належним чином, а фахівці й керівники слабо озброєні методологією й технологією керування. Для вирішення проблеми формування конкурентних переваг на підприємстві повинна бути сформована система стратегічного управління. Її

основне призначення - вчасно формувати мету розвитку, ставити проблеми й завдання, знаходити способи й організовувати досягнення цілей.

На основі проведених досліджень зовнішнього і внутрішнього середовища діяльності ПрАТ «Подільська меблева фабрика» були зроблені наступні висновки, що вплинули на подальший вибір конкурентної стратегії діяльності підприємства.

Сильними сторонами діяльності підприємства є рівень професіоналізму провідних фахівців, наявні виробничі потужності, сформовані зв'язки з постачальниками, але до слабих сторін діяльності підприємства можна віднести відсутність маркетингової політики , зношеність основних засобів та відсутність цілеспрямованого просування продукції.

З огляду на перелічені сильні і слабкі сторони підприємства, а також здійснив оцінювання найближчих конкурентів, нами запропонована стратегія стабілізації для утримання конкурентних переваг підприємства, яка спрямована на зниження витрат, і може бути реалізована за рахунок заміни імпортних матеріалів українськими, впровадження сучасного інструменту, та здійснення додаткових шліфувальних операцій для підвищення якості продукції .

Список використаній літератури

1. Аналіз українського меблевого ринку, чи є майбутнє? Інтернет ресурси http://radionk.com.ua/2018/01/22
2. Антонюк О. П. Економічний аналіз: [Навчальний посібник] / О. П. Антонюк, Т. М. Ступницька, Н. М. Купріна, І. Є. Подгорна — Львів : «Магнолія 2006», - 2010. — 320 с.
3. Аксель Зелль. Дослідження зв'язку стратегічного і тактичного планування// Журнал європейської економіки. - 2006. - №4. - с.464-480.
4. Войчак А.В., Камишніков Р.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація // Маркетинг в Україні. – 2005. - № 2. – С. 50-53.
5. Гельвановский М. Что такое конкурентоспособность? // Вопросы экономики переходного периода. - 2005. -№ 6. – С. 8-17.
6. Горбачук Ю.А., Кушнір Н.Б. Економічна діагностика: Інтерактивнийкомплекс навчально-методичного забезпечення. – Рівне: НУВГП, 2007. – 176 с.
7. Гудзинський О. Д. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект) : [монографія] / [О. Д. Гудзинський, С. М. Судомир, Т. О. Гуренко] ; Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. – К.: ІПК ДСЗУ, 2010. – 212с.
8. Дикань В. Л. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства / В. Л. Дикань, Т.В.Пономарьова // Вісник економіки транспорту і промисловості. Серія «Економіка». – 2011. – Випуск 36. – С.100 – 105.
9. Должанський З. І., Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник. — Київ: ЦУЛ, 2006. —384 с.

10. Дубєй Ю.В. Конкурентоспроможність машинобудівних підприємств на ринку залізничного рухомого складу / Ю.В. Дубєй // Економіка промисловості. – 2012. – № 1-2 (57-58). – С. 259-266.
11. Економічна стратегія фірми: Підручник. Під ред А. П. Градова. — 3-є видання випр. — Спб.: Спец Літ, 2001. — 589 с.
12. Корецький М. Х., Дєгтяр А. О., Дацій О. І. Стартегічне управління: навчальний посібник. — К.: ЦУЛ, 2007. — 240 с.
13. Конкурентоспроможність підприємства:оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг ред. О.Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
14. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер; пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.
15. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок / Перев. с англ. под ред. В.Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2007. – 800с.
16. КостюкЛ. А. Теоретичні та методичні засади оцінки конкурентоспроможності / Л. А. Костюк // Зб. наук. праць Таврійського державного агротехнологічного університету. /Економічні науки. – 2012. – Випуск 2. – С. 22–30.
17. Коковіхіна О.О. Систематизація основних категорій формування конкурентоспроможності підприємства / О. О. Коковіхіна // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2009. – № 26. – С. 88 – 93.
18. Каплина О., Зайченко Д. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе процессного подхода / О. Каплина, Д. Зайченко //Маркетинг. – 2005. – № 4. – С. 24 – 38.
19. Квятковська Л. А. Оцінка поточної та довгострокової конкурентоспроможності підприємства / Л. А. Квятковська // Вісник нац.тех. університету «Харківський політехнічний інститут». Зб.наук. праць. – 2011. – Випуск 26. – С. 181–187.
20. Куприна Н. М. Конкурентоспособность деятельности предприятия: виды и уровень / Н. М. Куприна // І Міжнародна наук.-практ. конф., зб.

наук. праць «Формування ринкової економіки». – К.: КНЕУ, 2011. – С. 564 – 571.

21. Конкурентоспроможність підприємств в умовах ринкової економіки: у 3-х томах: Т. 3: Галузеві особливості конкурентоспроможності в умовах глобалізації: [монографія] / [Т.Л. Мостенська, В.Я. Омельченко, О.О. Краснорyцький, Ю.В. Ушкаренко, Н.С. Скопенко та ін.]; за заг. ред. О.В.Захарченка, М.А. Зайця, В.С. Ніценка. – Одеса: ВМВ, 2015. – 572 с.
22. Конкурентоспроможність підприємства:оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг ред. О.Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
23. Кулакова С.Ю, Коваль Н. І. Економічний зміст ефективності виробничої діяльності підприємства та чинники, що її забезпечують. Електроний ресурс : http://www.rusnauka.com/30_OINXXI_2013/Economics/10_147088.doc.htm
24. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг.-М.: Юрайт-М, 2001.-224с.
25. Лупак Р.Л. Економічне обґрунтування стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства / Р.Л. Лупак // Бізнес Інформ. – 2013. – №4. – С. 320–325.
26. Маскон М., Альберт М., Хедоурі Ф.Основи менеджменту. - М.: Справка, 1994.
27. Міщенко А. П., Стратегічне управління: Навчальний посібник. - К: «Центр навчальної літератури»,2004
28. Михайлик Г.В. Конкурентні переваги та шляхи їх формування на машинобудівних підприємствах України // Актуальні проблеми економіки. – 2008. - № 11 . – С. 130-136.

29. Меблевий бізнес в Україні. Особливості національного ринку https://gordonua.com/ukr/news/business/-meblevij-biznes-v-ukrajini-osoblivosti-natsionalnogo-rinku-196595.html
30. Погребняк Д. В. Методи діагностики конкурентоспроможності підприємства/ Д. В. Погребняк // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. Зб. наук. праць. – 2011. – Випуск 32. – С. 45–51.
31. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ.-М.: Междунар. отнош., 1993,-896с.
32. Портер М. Стратегія конкуренції і методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. — К.: Основи, 1997. — 451 с.
33. Пилипчук В.П., Шиманська А.А.Бенчмаркінг як інструмент підвищення ефективності маркетингової діяльності промислового підприємства/ В.П. Пилипчук В.П., А.А. Шиманська //Молодий вчений. – 2015. – № 9(24) Ч.2. – С. 13 – 17. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/9/41.pdf.
34. Теслюк Н.П. Стратегії підприємства по досягненню конкурентних переваг // Економіка, фінанси, право. – 2005. - № 11. – С. 17-20.
35. Томпсон А. А. Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии.: Підручник для Вузів/Пер с англ. — М.: Банки и Биржи. ЮНИТИ,2003. — 576 с.
36. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент.-М.: «Книготорговый центр «Маркетинг», 2002.-892с.
37. Янковой А. Г. Многомерный анализ в системе STATISTICA / А. Г.Янковой Одесса : Оптиум, 2001. – Вып. 1. – 216 с.