

# УПРАВЛІННЯ КОНУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Виконав - ст. гр. ЗМ-13 Байдюк Р.Ю.

Керівник – к.е.н., доцент каф. ПМЕН Краєвська А.С.

Рецензент - к.е.н. доцент каф. Ф Єпіфанова І. Ю.

Вінниця ВНТУ – 2015 рік

**Мета:** дослідження конкурентного статусу підприємства на ринку, розробка пропозицій стосовно покращення управління конкурентоспроможністю підприємства за рахунок удосконалення його стратегічної діяльності.

**Задачі:**

- розглянути теоретичні аспекти конкуренції та конкурентоспроможності;
- описати методiku аналізу конкурентоспроможності підприємства;
- провести комплексне дослідження ринку кондитерських виробів та конкурентної позиції ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч»;
- здійснити аналіз фінансової та виробничої діяльності ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч»;
- здійснити аналіз сильних та слабких сторін даного підприємства у порівнянні з основними конкурентами на ринку;
- розробити пропозиції стосовно поліпшення фінансового стану підприємства, а також запропонувати практичні рекомендації стосовно покращення управління його конкурентоспроможністю.

**Об'єкт дослідження:** процес управління конкурентоспроможністю підприємства.



**Конкуренція** – суперництво між учасниками ринкового господарства за найвигідніші умови виробництва, продажу і купівлі товарів та послуг.

**Конкурентоспроможність підприємства** – здатність виробляти й реалізовувати швидко, дешево, якісно, продавати в достатній кількості, при високому рівні обслуговування.

## Фактори конкурентоспроможності підприємства

### Зовнішні

- Політична обстановка в державі
- Економічні зв'язки
- Наявність конкурентів
- Розміщення виробничих сил
- Наявність сировинних ресурсів
- Загальний рівень техніки та технологій
- Система управління промисловістю
- Концентрація виробництва
- Законодавча база

### Внутрішні

- Система та методи управління підприємством
- Рівень технологій процесу виробництва
- Рівень організації процесу виробництва
- Система довгострокового планування
- Орієнтація на маркетингову концепцію
- Інноваційний характер виробництва



Свiтоr®

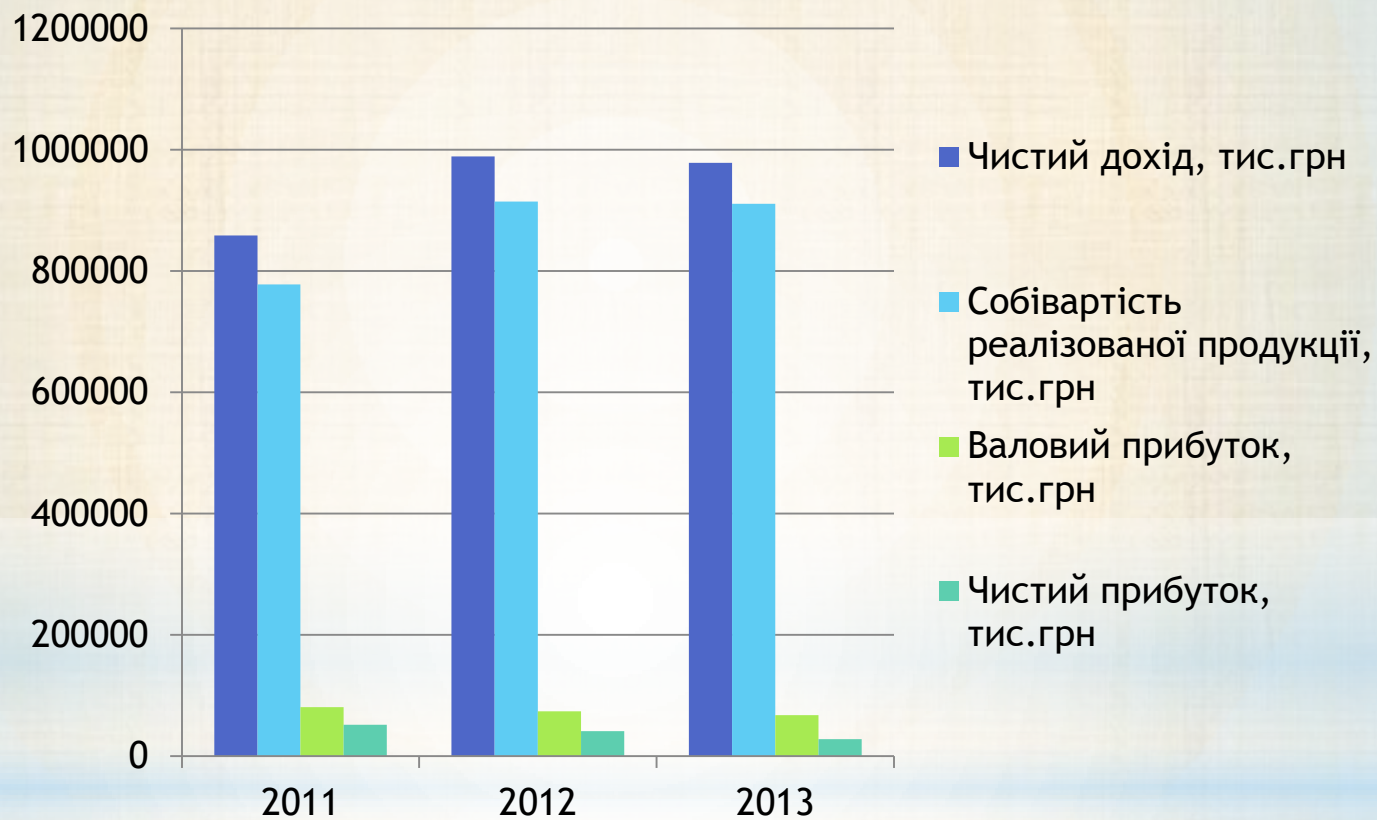




# Аналіз показників фінансово-господарської діяльності ПАТ «ЛКФ «Світоч»

Показники	Значення			Зміни значень			
	2011	2012	2013	Абсолютне		Темп приросту	
				2013-2011	2013-2012	2013-2011	2013-2012
1	2	3	4	5	6	7	8
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції(робіт), тис. грн.	858887	989053	978530	119643	-10523	12,2	-1,06
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	777867	914902	910920	133053	-3982	14,6	-0,43
Валовий прибуток, тис. грн.	81020	74151	67610	-13410	-6541	-16,6	-8,82
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток, тис.грн	66575	51385	42446	-24129	-8939	-36,2	-17,39
Фінансові результати від звичайної діяльності, тис. грн.	66903	45035	36344	-30559	-8691	-45,7	-19,3
Чистий прибуток, тис. грн.	51650	41252	28076	-23574	-13176	-45,6	-31,9

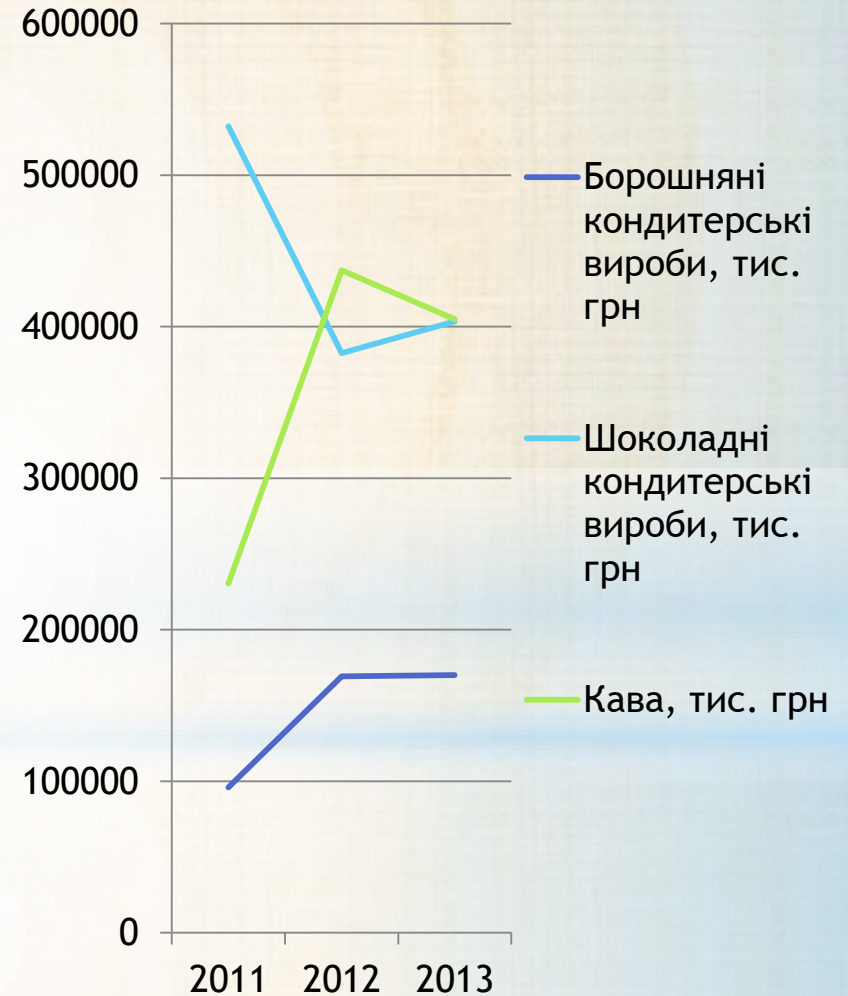
## Динаміка зміни доходів ПАТ «ЛКФ «Світоч» за 2011-2013 рр.



Динаміка зміни обсягів виробництва кондитерських виробів по Україні за 2009-2013 рр.

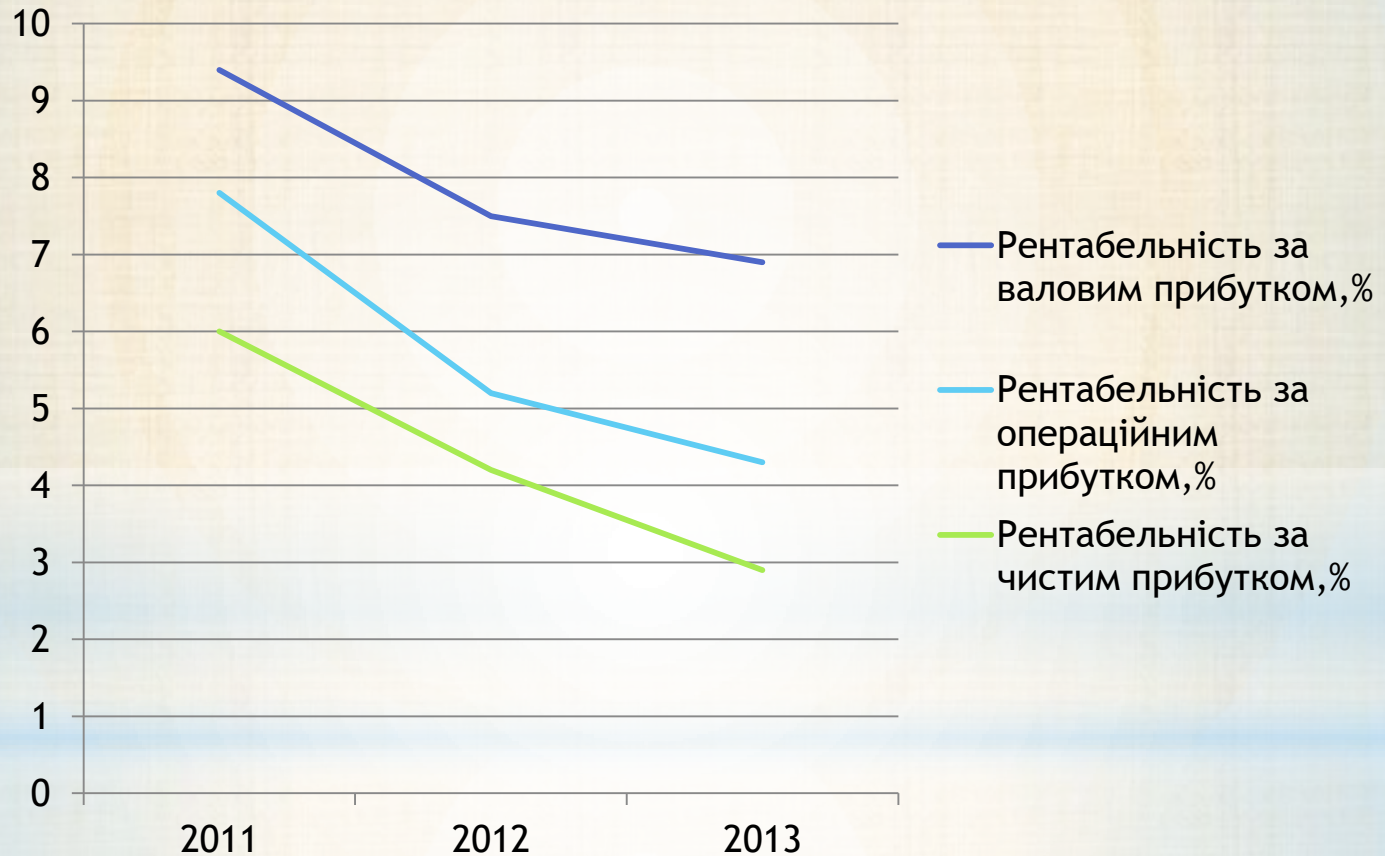


Динаміка зміни обсягів виробництва ПАТ «ЛКФ Світоч» за 2011-2013 рр.





## Динаміка зміни рентабельності за обсягом реалізованої продукції ПАТ «ЛКФ «Світоч» за 2011-2013 рр.

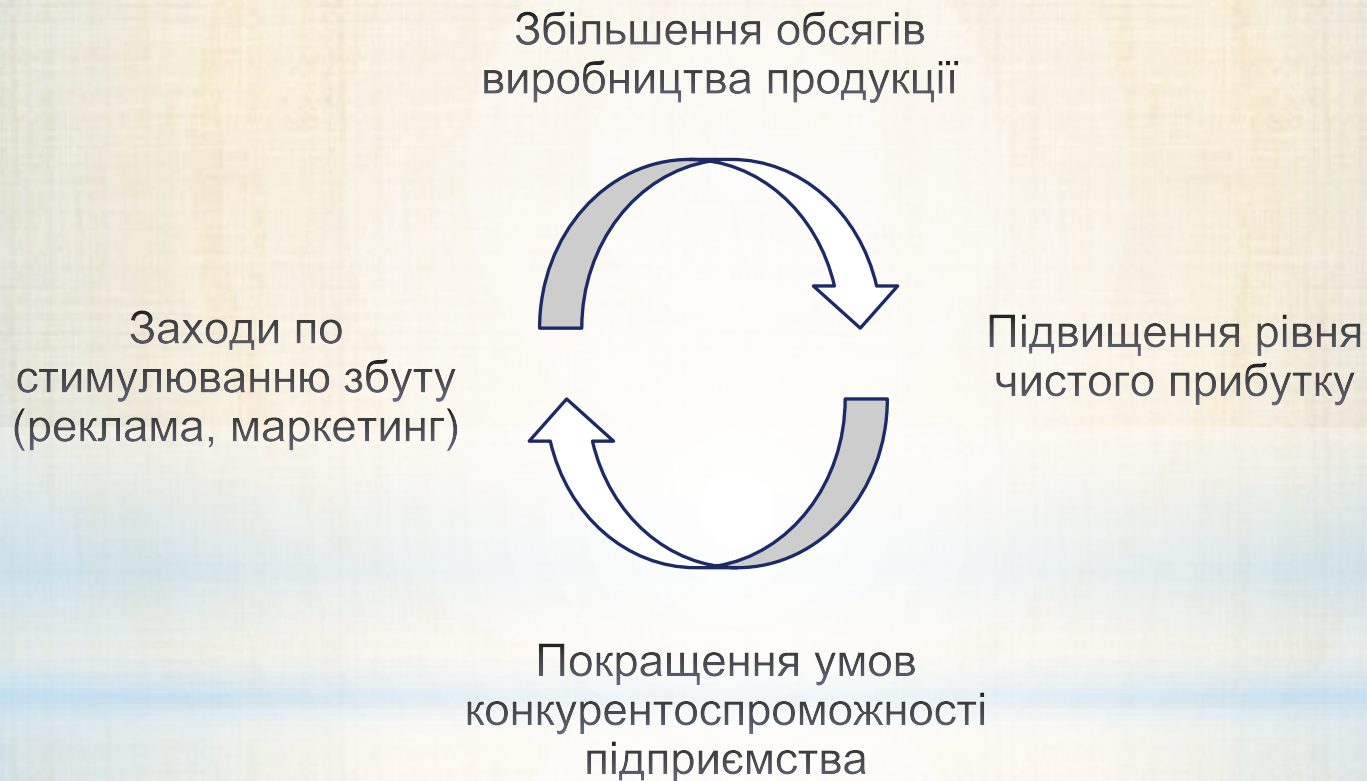




# SWOT-аналіз

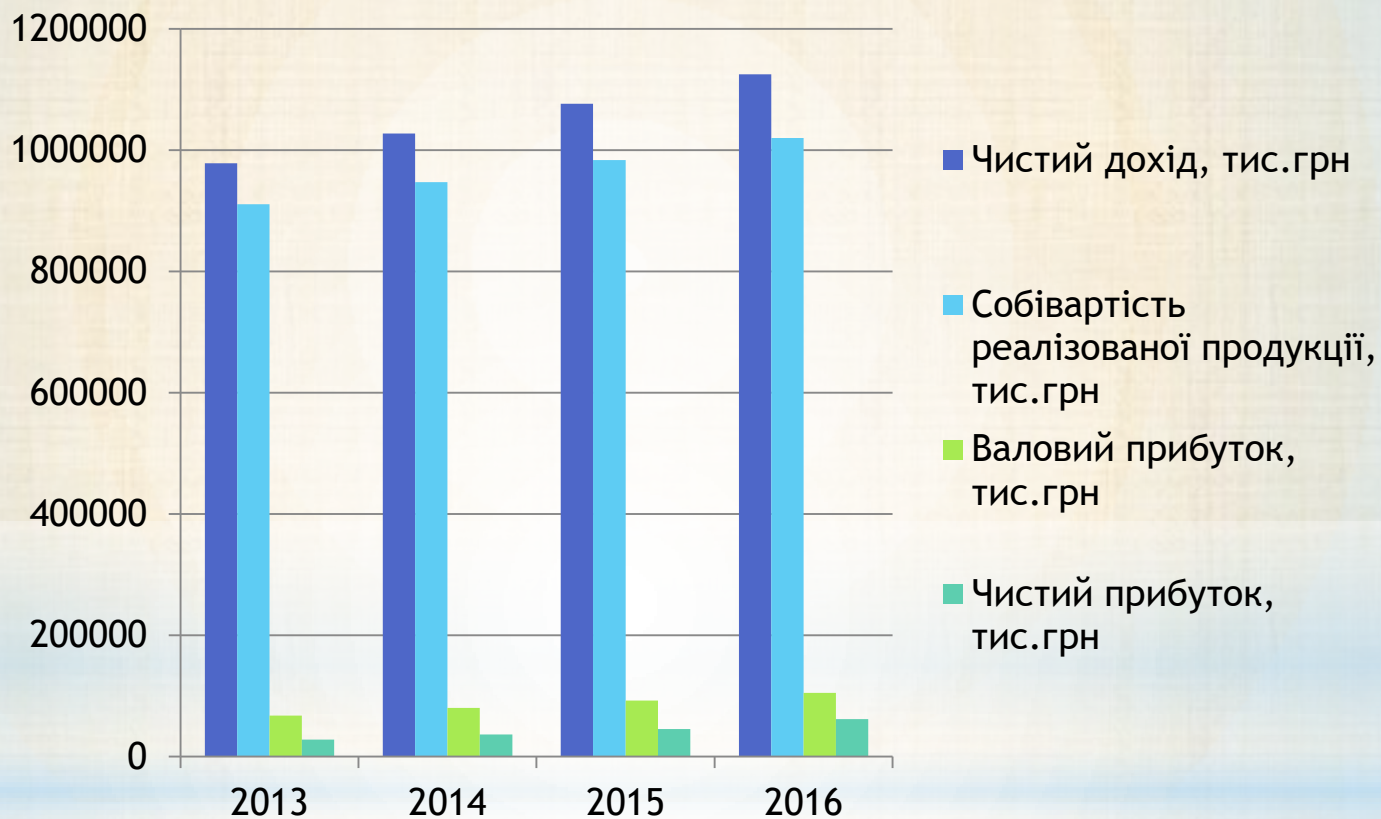
S	Сильні сторони	Слабкі сторони	W
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- різноманітний асортимент продукції;</li> <li>- впровадження нових технологій;</li> <li>- близькість до ринків збуту;</li> <li>- за ціною, якістю та привабливістю упаковки продукція може з успіхом конкурувати з аналогами;</li> <li>- обсяги виробництва забезпечені замовленнями;</li> <li>- достатня популярність марки серед споживачів;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- високі вимоги до якості сировини, що закуповуються;</li> <li>- фірми, які є лідерами ринку, можуть не віддавати належної уваги новим або змінним запитам покупців;</li> <li>- орієнтація лише на домашній ринок.</li> </ul>	
O	Можливості	Загрози	T
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- розширення товарного асортименту та ринку збуту продукції;</li> <li>- підвищення рівня професійності кадрів</li> <li>- освоєння ряду слабо освоєних сегментів ( горизонтальне захоплення ринку) ;</li> <li>- підвищення прибутковості за рахунок роботи в преміум - сегменті;</li> <li>- експорт продукції в країни близького та далекого зарубіжжя.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- великий рівень конкуренції в галузі</li> <li>- перенасичення ринку;</li> <li>- незадовільне загальне економічне становище в країні, що спричиняє низьку платоспроможність попиту покупців;</li> <li>- нестабільність законодавчої бази</li> <li>- кліматичні чинники;</li> <li>- зростання темпів інфляції;</li> <li>- зростання податкового тиску.</li> </ul>	

## Концепція покращення умов конкурентоспроможності ПАТ «ЛКФ «Світоч»





## Прогнозована модель фінансового стану підприємства за рахунок збільшення обсягів виробництва продукції на 2014-2016 рр.



## Загальні пропозиції стосовно зниження собівартості виготовлення продукції

- зниження матеріальних витрат на одиницю продукції;
- заміна традиційних сировинних матеріалів більш раціональними та сучасними;
- комплексне використання ресурсів, у тому числі відходів вторинних ресурсів;
- поліпшення якості матеріальних ресурсів;
- зменшення амортизаційних відрахувань шляхом інтенсивного використання машин, устаткування;
- зменшенню частки пасивних фондів у загальній вартості основних фондів і відповідного збільшення їх активної частини;
- скороченні адміністративно-управлінських витрат;
- ліквідації непродуктивних витрат і втрат;
- застосування ресурсозберігаючої технології, що забезпечує економію матеріалів та енергії;
- чіткого дотримання технологічної дисципліни, що призводить до скорочення втрат від браку;
- - раціоналізації організаційної структури системи управління виробництвом з метою скорочення витрат на управління, підвищення його ефективності тощо.



## Заходи по стимулюванню збуту

### Реклама

- Збільшення рекламного бюджету
- Присутність на громадських заходах
- Телереклама
- Інтернет-реклама

### Маркетинг

- Орієнтація на споживача
- Посилення присутності у тих сегментах, де компанія традиційно сильна
- Пошук нових ринкових ніш
- Розширення асортименту
- Збереження цінової політики

**Вдячний за увагу!**