

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/14340>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Менеджмент

Введение.....	3
1. Конкуренция и конкурентная среда: понятие, сущность, факторы...5	
1.1. Понятие и сущность конкуренции и конкурентной среды.....5	
1.2. Факторы конкурентной среды и их диагностика.....8	
2. Анализ факторов конкурентной среды на примере ПАО «Сбербанк России».....12	
2.1. Общая характеристика ПАО «Сбербанк России».....12	
2.2. Исследование факторов конкурентной среды предприятия.....18	
Заключение.....	31
Список использованной литературы.....	33

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Спрос и предложение - два фактора, которые дают жизнь рынку, формируют в экономике уровень цен на товары и услуги. Поведение же самой фирмы, выбор объемов производства, размеров спроса на ресурсы и объемы предложения собственных товаров зависят от типа рынка, на котором она действует. Более мощным фактором, диктующим общие условия функционирования того или иного рынка, является степень развития на нем конкурентных отношений.

Конкуренция в рыночной экономике неизбежна, что определяется наличием частной собственности и обособленностью экономических интересов субъектов хозяйствования. В России происходит ежегодное увеличение предприятий и организаций различных форм собственности, что свидетельствует о ежегодном увеличении конкуренции в многообразных сферах жизнедеятельности общества.

Целью курсовой работы является диагностика конкурентной среды предприятия. Достижение поставленной цели потребовало решение ее приоритетных задач:

- 1) Раскрыть понятие, сущность конкуренции и конкурентной среды;
- 2) Рассмотреть факторы конкурентной среды;
- 3) Провести общую характеристику ПАО «Сбербанк России»;
- 4) Проанализировать факторы конкурентной среды предприятия и выявить направления его развития.

Объект курсовой работы - ПАО «Сбербанк России»;

Предмет курсовой работы - диагностика факторов конкурентной среды предприятия.

Для проведения исследования применялись графический метод, анализа, синтеза, классификации, обобщения, системный методы.

Теоретической и методологической основой исследования являются труды отечественных и зарубежных ученых и практиков, посвященные вопросам конкуренции (И.К. Беляевский, А.Н. Варламова, Е.Н. Луцкая, Л.П. Куранов, Г.М. Гукасян).

Также в рамках данной курсовой работы использовалась аналитическая, научная литература, содержащая информацию об объекте исследования - И.К. Мамонов.

Помимо этого, акцентировалось внимание и на периодических изданиях - С.П. Шубин, А.Б. Суворин.

Использованы публикации в периодических изданиях - таких, как электронный научно-практический журнал «Конкуренция и право», «Конкуренция и рынок», которые целесообразно использовать в процессе изучения конкуренции и ее факторов в коммерческой деятельности.

При написании курсовой работы применялись такие источники, как федеральные законы, кодексы, а также Интернет - источники.

Структура работы. Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы. Она изложена на 34 - х страницах компьютерного текста, содержит 7 таблиц, 6 рисунков.

Список использованной литературы включает в себя 25 наименований.

1. Конкуренция и конкурентная среда: понятие, сущность, факторы

1.1. Понятие и сущность конкуренции и конкурентной среды

Взаимосвязь между спросом и предложением, а также, функционирование ценового механизма осуществляется на рынке в условиях конкурентной борьбы.

Конкуренция (в переводе с латинского – «сходиться», «сталкиваться») представляет собой экономическое соперничество, состязание продавцов и покупателей за получение максимального дохода [6, с. 26].

В широком смысле «конкуренция» - компонент рыночного механизма, обеспечивающий взаимосвязь хозяйствующих субъектов в ходе производственной деятельности, купли и продажи товаров и услуг[11, с. 44]. В узком смысле понятие «конкуренция» употребляется как соперничество единичных компаний разных отраслей за наиболее выгодные условия функционирования на рынке, а также за получения максимального дохода[20].

Производители товаров желают дешевле их произвести и максимально дороже их продать, наемные работники – получить наибольшую зарплату, потребители – купить качественный товар по доступной цене. В столкновении данных интересов и проявляется сущность конкуренции[15, с. 112].

Главный нормативно-правовой акт, регулирующий конкуренцию – Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 года № 135-ФЗ. Согласно данному закону, конкуренция – «соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого в одностороннем порядке влиять на общие условия обращения товаров на конкретном рынке»[3, ст. 4].

Создание благоприятных конкурентных отношений связано с оздоровлением экономики РФ, обеспечением ее успешного развития. В связи с этим, конкуренция закреплена в ст. 8 Конституции РФ, как одна из конституционных основ[1, ст. 8].

ГК РФ рассматривает конкуренцию, как «принцип реализации имущественных, а, следовательно, - и товарных отношений». В статье 10 ГК РФ определяется, что не подлежат защите права, когда они применяются в нарушение конкуренции[2,ст. 10].

Сущность конкуренции заключается также и в свободе выбора экономических решений участниками рыночных отношений в условиях соперничества за получение максимальной прибыли и личной выгоды. Ключевыми факторами, определяющими размах конкуренции являются[18]:

- комплекс экономических, юридических, социальных условий, обеспечивающих покупателям способность выбора того или иного объекта предложения товаров и/или услуг;
- количество поставщиков;
- внутриотраслевая конкуренция;
- появление на рынке новых фирм-конкурентов.

Значение конкуренции можно проследить по таким направлениям, как[6, с. 33]:

- конкуренция предоставляет покупателям возможность выбора из множества предложений на рынке. Если на рынок доставляется больше товаров и услуг, чем может получить покупатель, то продавец будет бороться за покупателя, снижая при этом цены. Если же на рынок станет доставляться все меньше товаров и услуг, чем способны приобрести покупатели, то они будут соревноваться за продавца, тем самым, способствуя росту цен;
- конкуренция поддерживает деловую активность среди всех хозяйствующих субъектов;
- конкуренция помогает отсекаать неэффективные решения и нежизнеспособные элементы, вынуждая некоторых субъектов уйти с рынка.

В экономической литературе принято разграничивать различные виды конкуренции, а именно[19]:

- по методам ведения конкуренции (ценовая и неценовая);
- по характеру конкурентной борьбы;
- по сферам (внутриотраслевая и межотраслевая);
- по степени развития конкурентных начал (свободная и монополистическая).

Конкурентная среда – рынок, на котором свободно соперничают независимые продавцы за право продать свой товар свободному покупателю.

Конкурентная среда состоит из следующих основных элементов:

- товарный рынок – область обращения товара, не имеющего каких-либо заменителей или взаимозаменяемых товаров на территории страны. При этом компонентом товарного рынка служат взаимозаменяемые товары – группа товаров, которые могут сравниться по их функциональному признаку, применению, качественным и техническим характеристикам, что покупатель на самом деле заменяет или

готов заменить их друг другом в ходе потребления;

- продуктовые границы товарного рынка – определяются потребительскими качествами товара и созданием товарной группы, рынки которой расцениваются как один товарный рынок;
- географические границы товарного рынка – территория, на которой покупатели покупают продукцию и не имеют возможности купить его за пределами такой территории;
- конкуренция;
- конкурентоспособность товара - степень его экономических, технических и эксплуатационных параметров, который помогает выдержать соперничество с иными товарами на рынке;
- товар – основной объект на рынке. Он обладает ценностью, определенным качеством, техническим уровнем и надежн

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция РФ от 12.12.1993 г. //Консультант Плюс
2. Гражданский кодекс РФ от 21 октября 1994 года//Консультант Плюс
3. Федеральный закон от 26 июля 2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»// Консультант Плюс
4. Авдеев В.В. Управление персоналом: технология формирования команды/ В.В. Авдеев. М.: Наука, 2016. - 544 с.
5. Суворин, А.Б. Конкуренция в коммерции/А.Б. Суворин// Журнал «Конкуренция и рынок». – 2015. - № 3. – С. 15 – 18.
6. Шубин, С.П. Антимонопольное регулирование/ С.П. Шубин// Журнал «Конкуренция и право». – 2016. - № 2. – С. 29-33.
7. Беляевский, И.К. Коммерческая деятельность/ И.К. Беляевский. – М.: Наука, 2013. – 256 с.
8. Варламова, А.Н. Правовое регулирование конкуренции в России/ А.Н. Варламова. - М.: ЛИГА, 2014. – 314 с.
9. Гукасян, Г.М. Экономическая теория/ Г.М. Гукасян. – СПб.: Питер, 2014. – 405 с.
10. Куранов, Л.П. Курс экономической теории: учебное пособие – 4-е изд. – М.: Вуз и школа, 2014. – 302 с.
11. Луцкая, Е.Н. Государственное регулирование монополии и конкуренции в промышленно-развитых странах/ Е.Н. Луцкая. – М.: ЛИГА, 2014. – 214 с.
12. Макконнелл, К. Р. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2 т.: Пер. с англ. 16-го изд. – М.: Республика, 2014. – 604 с.
13. Михайлушкин, А.И., Шимко П.Д. Основы экономики: Учеб. пособие. 2 изд. – СПб.: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2014. – с.324.
14. Половцева, Ф. П. Коммерческая деятельность/ Ф.П. Половцева. – М.: Норма, 2014. – 212 с.
15. Управление персоналом: Учебное пособие для студентов вузов/Под редакцией Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2015. - 448 с.
16. Экономическая теория: учеб. для студентов высш. Учеб. заведений/ Под ред. В.Д. Камаева. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2012. – 654 с.
17. Юданов, А.В. Конкуренция. Теория и практика/ А.В. Юданов. – С-Пб.:Пресса, 2014. – 366 с.
18. Якубов, Р.С. Правоведение: Учебное пособие для студентов/ Р.С. Якубов. - Челябинск, 2015. – 325 с.
19. Влияние конкуренции на коммерческую деятельность. Режим доступа: <http://psyera.ru> (дата обращения 14.10.2017)
20. Коммерческая деятельность. Режим доступа: <http://www.economy> (дата обращения 14.10.2017)
21. Конкуренция и коммерция. Режим доступа: <http://www.economy-web.org> (дата обращения 15.10.2017)
22. Конкуренция в коммерческой деятельности. Режим доступа: <http://www.bibliotekar.ru> (дата обращения 24.10.2017)
23. Методика проведения SWOT-анализа. URL: www.businessstuning.ru (дата обращения 15.10.2017)
24. Гаврилюк Ю.С. Анализ формирования и использования прибыли
ПАО «Сбербанк России» // Научное сообщество студентов: Междисциплинарные исследования: сб. ст. по мат. XX междунар. студ. науч.-практ. конф. № 9(20). URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/9\(20\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/9(20).pdf) (дата обращения: 15.11.2017)
25. Официальный сайт ПАО «Сбербанк России» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sberbank.com> (дата обращения 15.11.2017)

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/14340>