

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/kursovaya-rabota/358913>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Экономика предприятия

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ 5

1.1 Конкуренция как движущая сила развития хозяйствующих субъектов рынка 5

1.2 Понятие о конкурентоспособности организации на рынке 10

1.3 Методика оценки конкурентоспособности организации 13

2. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «ЛЕНТА» НА РЫНКЕ 21

2.1 Техничко-экономическая характеристика ООО «Лента» 21

2.2 Анализ конкурентоспособности ООО «Лента» на рынке 23

2.3 Предложение по повышению конкурентоспособности ООО «Лента» на рынке 30

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 34

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 35

В современных условиях рыночной конкуренции каждое предприятие ставит перед собой цель укрепить и улучшить свою конкурентную позицию. Для этого большинство предприятий стремится к победе над конкурентами и прилагает постоянные усилия менеджмента в реализации эффективной стратегии развития.

В связи с мировыми кризисными процессами проблема обеспечения стабильной конкурентоспособности становится особенно важной из-за увеличения нестабильности внешней среды и недостаточной научной и методической разработки многих аспектов создания и использования конкурентных преимуществ предприятий. Проблема управления конкурентоспособностью остается актуальной до сих пор из-за неполного знания руководством предприятий современных методов оценки конкурентоспособности и механизмов разработки конкурентоустойчивых стратегий. Исследование конкурентоспособности требует знания основных положений микроэкономики, экономики отрасли и экономики отраслевых рынков, в первую очередь в отношении поведения экономических агентов и специфики отраслевой организации. Оценка конкурентоспособности участников рынка является важным инструментом для анализа сильных и слабых сторон собственного бизнеса, выявления потребностей и предпочтений потребителей, определения стратегии развития и повышения эффективности деятельности. В условиях высокой конкуренции на рынке розничной торговли продуктами питания, особенно актуальным становится вопрос оценки конкурентоспособности крупных торговых сетей.

Целью исследования является оценка конкурентоспособности участников рынка и разработка предложений по ее повышению. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить конкуренцию как движущую силу развития хозяйствующих субъектов рынка;
- рассмотреть понятие конкурентоспособности организации на рынке;
- исследовать методику оценки конкурентоспособности организации
- дать технико-экономическую характеристику ООО «Лента»;
- провести анализ конкурентоспособности ООО «Лента» на рынке;
- разработать предложения по повышению конкурентоспособности ООО «Лента» на рынке.

Объектом исследования является ООО «Лента» - одна из крупнейших торговых сетей в России, специализирующаяся на продаже продуктов питания и товаров для дома. Предметом исследования является конкурентоспособность ООО «Лента» на рынке розничной торговли продуктами питания.

Методологической основой исследования являются общенаучные методы познания: анализ, синтез, сравнение, обобщение, классификация, индукция, дедукция.

Информационной базой работы являются официальные данные ООО «Лента», данные Федеральной службы государственной статистики, данные аналитических агентств и исследовательских центров, научная литература по теме работы, интернет-ресурсы.

Курсовая работа состоит из введения, двух разделов, заключения и списка использованных источников.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

1.1 Конкуренция как движущая сила развития хозяйствующих субъектов рынка

Рыночная экономика представляет собой структуру, где сочетаются различные модели рыночного поведения. Для современной экономики характерно одновременное функционирование самых разных по масштабам производства и характеру экономической деятельности фирм. Конкуренция является необходимым элементом рыночного механизма и играет большую роль. Конкуренция – это борьба за контроль над рынком, существование более выгодных условий производства и реализации продукции с целью достижения максимального конечного результата – максимизации прибыли.

В качестве средств в конкурентной борьбе для улучшения своих позиций на рынке существует множество решений, в том числе расширение ассортимента продукции, повышение качества, пересмотр ценовой политики, условий поставок, применение рекламной кампании.

В российской экономической литературе термин «конкуренция» применяется довольно часто. Но ученые не могут прийти к единой точке зрения по определению понятия и сущности конкуренции. Некоторые исследователи говорят о конкуренции как об общественных отношениях. Множество аналитиков утверждают, что конкуренция – деятельность хозяйствующих субъектов на соответствующем рынке.

Другие отмечают роль конкуренции в функционировании экономической системы государства. Некоторые источники заявляют, что конкуренция является мощным регулятором цен на рынке [1, с. 54].

Поведение фирмы на рынке зависит, прежде всего, от выбора целей развития. Известно, что каждая фирма стремится максимизировать прибыль и снизить затраты производства. Фирма заинтересована в стабильности. Чтобы добиться таких результатов, фирмы в своей дальнейшей деятельности ставят целью повышение производительности труда, расширение номенклатуры продукции, обновление продукции, расширение спроса, научные и исследовательские разработки в своей области, повышение конкурентоспособности.

В условиях планового ведения хозяйствования фирма была застрахована от всех экономических сложностей. В рыночной экономике всегда существует риск. Финансовые риски связаны с инфляцией, неплатежами, колебаниями валютных курсов. На производственные риски влияет срыв в производственном процессе, вызванный различными нарушениями. Реализация продукции связана с коммерческим риском. Судьба компании всегда зависит от характера и структуры рыночных потребностей, способности прогнозировать дальнейшие результаты. Неблагоприятное развитие событий может «выбить» предприятие с рынка. Чтобы укрепить свои конкурентные позиции и победить соперников, оно должно оперативно реагировать на любое движение на рынке [2, с. 295].

Именно конкуренция заставляет предпринимателей самостоятельно искать потребителей с соблюдением должной осмотрительности, с проверкой последних на платежеспособность, деловую активность, наличие трудовых и производственных ресурсов. Только тогда возможно заключать договоры и предлагать потребителям широкий выбор ассортимента товаров и услуг по более низким ценам и лучшего качества. Это способствует прогрессу экономики: эффективность производства повышается, создаются условия для концентрации ресурсов в наиболее результативных секторах экономики.

Важным моментом в конкурентоспособности фирмы является внедрение современных достижений научно-технического прогресса и инноваций. Предприятия стремятся овладевать новейшими технологиями, прогрессивными методами организации производства, совершенствовать процессы технического и технологического контроля. Без таких позиций невозможно достичь существенных сдвигов в повышении эффективности самого предприятия.

Все это отражается в конечном счете на росте благосостояния потребителей, снижении цен на продукцию, появлении новых качественных видов товаров. Возникают и новые фирмы-производители, способные по-новому оценить рынок и удовлетворить растущие потребности населения. У потребителя появляется право выбора, что положительным образом влияет на оздоровление экономики.

Роль конкуренции в рыночной экономике трудно переоценить. Она [3, с. 473]:

- требует от производителей учитывать интересы потребителя, а значит, и интересы общества в целом. В условиях рыночной экономики производимые товары делятся на востребованные, которые необходимы потребителям и будут иметь спрос, и невостребованные, которые не находят спроса на рынке. Именно конкуренция приводит предприятия к мысли о выходе из состояния застойности фирмы,

перепрофилировании производства, нахождении своего покупателя;

- стимулирует эффективное использование экономических ресурсов и их рациональное распределение.

Ресурсы направляются в те отрасли производства, продукция которых заинтересует потребителей;

- требует от производителя выпускать качественную продукцию с учетом современных достижений науки и техники, на постоянной основе внедрять новый ассортимент товара. Конкурентная борьба за покупателей происходит не только за качество, но и за цены;

- проводит «чистку» рыночной территории от фирм, не способных к эффективной работе.

Конкурентное поведение отдельных фирм на рынке может преследовать разные цели. Борьба между фирмами может идти не только за достижение лидерства на рынке, за сохранение положения на рынке, но и даже за выживание

1. Архипова Л.С., Гагарина Г.Ю., Архипов А.М. Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции: монография – Москва: ИНФРА-М, 2018. – 104 с.
2. Ашурова Г. А. Некоторые вопросы оценки конкурентоспособности предприятия / Г.А. Ашурова // Проблемы современной экономики. 2020. № 2 (62). С. 295– 297.
3. Базилевич С.В. Управление конкурентоспособностью предприятия / С.В. Базилевич // ЦИТИСЭ. — 2021. — № 2 (28). — С. 473-489.
4. Бакатин А.Н. Анализ методов оценки конкурентоспособности предприятия / А.Н. Бакатин // Прогрессивная экономика. — 2021. — № 1. — С. 18-30.
5. Виноградова Т.Г. Конкурентоспособность: методы и оценка / Т.Г. Виноградова // Известия СПбГАУ. — 2019. — №43. – С. 84-86
6. Гильмундинов В.М. Межотраслевая конкуренция в экономике России // Проблемы прогнозирования. – 2020. – №5 (182). – С. 60-71
7. Глазов М.М. Предпосылки формирования эффективной системы управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов / М.М. Глазов // Наука и бизнес: пути развития. — 2021. — № 2 (116). — С. 110-112.
8. Егоров А.С. Конкуренция и конкурентоспособность предприятий / А.С. Егоров // Российский экономический барометр. — 2021. — № 3 (83). — С. 3-16.
9. Кравченко О.В. Проблемы управления конкурентоспособностью предприятия / О.В. Кравченко. - Саратов: Поволж. межрегион. учеб. центр, 2019. - 194 с.
10. Организационная структура ООО «Лента» [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.elib.rshu.ru> – (дата обращения: 10.02.2022).
11. Официальный сайт INFOLine (ООО) [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.infoline.spb.ru> – (дата обращения: 15.04.2022).
12. Официальный сайт Лента (ООО) [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.Lenta.com/lenta/finansovye-otchety> – (дата обращения: 30.04.2022).
13. Поляничкин Ю.А. Методы оценки конкурентоспособности предприятий. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elibrary.ru/download/85945413.pdf> (дата обращения: 15.11.2022).
14. Сальников Ю.Ю. Современные подходы к оценке конкурентоспособности организаций на основе субъектного подхода / Ю.Ю. Сальников // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2021. — № 5-1. — С. 85-92.
15. Сысоева Е.А. Факторы конкурентоспособности предприятия: подходы и составляющие / Е.А. Сысоева // Экономические науки. Экономика и управление. - 2018. - № 12. - С. 283-287.
16. Чепурнова Н.М., Мурышева В.О. Свободная конкуренция в условиях цифровой экономики: механизмы защиты // Государственная служба. – 2020. – Т. 22. – №2 (124). – С. 35-41.
17. Шамилова А.В. Конкурентоспособность предприятий АПК / А.В. Шамилова // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. 2018. Т. 4. № 2 (22). С. 81-84.
18. Шостко А.А. Методы повышения конкурентоспособности предприятия / А.А. Шостко // Вопросы устойчивого развития общества. — 2021. — № 10. — С. 68-72.
19. Яламова Э. Я. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия / Э.Я. Яламова // Экономика и финансы. — 2020. — С. 96-100.
20. Янковский И. А. Совершенствование методов управления конкурентоспособностью предприятия / И.А. Янковский // Экономика и банки. — 2018. — С. 31-38.

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/358913>