

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/glava-diploma/53679>

Тип работы: Глава диплома

Предмет: Экономика предприятия

Реферат

Введение.....	3
Глава 1. Теоретические основы конкурентоспособности предприятия.....	5
1.1. Понятие и сущность конкурентоспособности предприятия.....	5
1.2. Факторы конкурентоспособности предприятия.....	8
1.3. Методы оценки конкурентоспособности фирмы.....	13
Глава 2. Исследование конкурентоспособности предприятия на примере ООО «Вертекс».....	24
2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия.....	24
2.2. Анализ внутренней и внешней среды организации. Анализ рынка.....	28
2.3. Оценка уровня конкурентоспособности предприятия.....	32
Глава 3. Пути повышения уровня конкурентоспособности предприятия ООО «Вертекс».....	38
Заключение.....	48
Список использованных источников.....	51
Приложения	54

ВВЕДЕНИЕ

Одним из важнейших аспектов рыночной среды является конкурентоспособность предприятия. Она выступает определяющей характеристикой эффективности его хозяйственной деятельности, возможностей дальнейшего развития. Для любого предприятия является важно увеличивать свою конкурентоспособность, ведь это является условием удержания на рынке, его прибыльности, рентабельности, ведь в настоящее время рынок перенасыщен предприятиями, которые реализуют аналогичную продукцию, поэтому предприятию важно иметь и содержать свое конкурентное преимущество перед другими, чтобы выжить. Актуальность исследования конкурентоспособности предприятия заключается в том, что важнейшей задачей предприятий является повышение ее уровня, как на национальном, так и на международном рынках. При этом возникает все более жесткая конкуренция, идет соперничество между товаропроизводителями, чтобы получить выгодные условия производства, реализацию товаров и высокий доход. Поэтому у предприятий возникает необходимость в постоянном поиске новых путей повышения своей конкурентоспособности.

Исходя из актуальности темы и степени её разработанности в настоящей работе была поставлена следующая цель: исследование механизма управления конкурентоспособностью на примере конкретного предприятия и разработка предложения по повышению уровня его конкурентоспособности.

Для достижения поставленной цели в работе определены для решения следующие задачи:

- изучение сущности понятия «конкурентоспособность предприятия» и определяющих её факторов; систематизация методов оценки конкурентоспособности фирмы;
- проведение анализа внешней и внутренней среды, а также проведение оценки уровня конкурентоспособности на примере конкретного предприятия;
- разработка предложения по повышению уровня конкурентоспособности продукции рассматриваемого предприятия на базе проведённого анализа.

Объект исследования – ООО «Вертекс».

Основными методами изучения проблем конкурентоспособности предприятия являются анализ и синтез, а также экономико-математическое моделирование.

Исследованиями проблем конкуренции и обеспечения конкурентоспособности экономических субъектов занимались такие ученые как М. М. Беркутова, Д. С. Воронов, Ю. А. Петров, А. Т. Похилько, Ю. Д. Короткова, Б.А. Чуб и многие другие.

В числе информационных источников использовались публикации в научной и периодической печати,

также вопросы, рассматриваемой темой рассмотрены в объёме, достаточном для написания работы.

Глава 1. Теоретические основы конкурентоспособности предприятия

1.1 Понятие и сущность конкурентоспособности предприятия

Сложность адаптации к условиям рыночной экономики и продолжающийся финансовый кризис в последние годы повысили уровень неопределенности и риск деятельности субъектов хозяйствования. Особенно актуальным это задача оказалась для предприятий торговли, которые особенно чувствительны к воздействию внешних факторов. Поэтому для успешного функционирования предприятий первоочередной целью должно быть повышение их конкурентоспособности.

Конкурентоспособность происходит от конкуренции и является ее элементом, "конкуренция" и "конкурентная способность" - это категории взаимосвязаны и взаимодополняющие. Конкуренция означает соперничество между отдельными субъектами в реализации их целей, часто могут быть подобными, а конкурентная способность - это способность к эффективному соперничеству. Понятие это многозначительное и относительное. Конкурентоспособность как теоретическая категория недостаточно вписывается в исследования реальных экономических процессов, поскольку требует сравнения с внешней средой. Отсюда следует, что эмпирические исследования по конкурентоспособности, должны предшествовать установлению измерений оценок, их веса и выбора методов исследования в отношении исследуемого предмета.

Вместе с тем, почти ни один из авторов не упоминает в определении "конкурентоспособность" человеческий фактор воздействия. Именно от потребителя зависит конкурентная борьба, именно он является главным фактором влияния на борьбу, именно для удовлетворения его потребностей начинается конкурентная борьба. Человек - есть начальным звеном в создании конкурентного преимущества. Человек, его возможности и способности - есть формирующей основой для всего механизма (рисунок 1).

Рисунок 1. Система формирования конкурентоспособности.

Конкурентоспособность формируется не только в направлении "от человека" и наоборот. Не только потребности человека создают процесс конкурентоспособности. Если предприятие способно спроектировать товар, что создаст новую потребность у человека, как потребителя, то он автоматически станет конкурентоспособным. И хотя, фактически, весь процесс конкурентоспособности начинается с товара, но без человека, как части цепи, борьба не будет иметь смысла.

В совокупности конкурентоспособность всех секторов определяет конкурентоспособность национальной экономики, которая является результатом взаимодействия всех субъектов экономических отношений страны, формируется в органическом сочетании реализации интересов субъектов различных уровней под влиянием таких факторов, как товар, предприятие, отрасль, экономика в целом и зависит от того,

насколько интегрированными являются ориентиры повышения эффективности использования общественных ресурсов на этих уровнях.

Однако, дефиниция понятия "конкурентоспособность", в частности на уровне предприятия, требует детального изучения, систематизации и обобщения. Так, конкурентоспособность рассматривают как комплексную категорию, преимущества которой окончательно реализуются через торговлю, но базис конкурентных преимуществ создается на всех уровнях национального производства, в том числе в значительной мере за счет структурной перестройки и действенной экономической политики. По определению Похилько А. Т. конкурентоспособность - это способность предприятия сохранять конкурентные позиции на рынке или менять их в процессе адаптации к изменяющейся конкурентной среде функционирования. Данное определение носит достаточно общий характер, в нём учитывается динамический характер и отсутствует относительность понятия.

Короткова Ю. Д. трактует конкурентоспособность предприятия как признанную рынком сложившуюся и реализованную конкурентоспособность социально-экономических систем, которая материализованная в форме товара или услуг. Она может определиться в процессе оперативной деятельности при реализации стратегий и в перспективе при обосновании возможных ситуаций и стратегий развития. Автор рассматривает подход к конкурентоспособности, как систему внутреннего конкурентоспособного потенциала и внешней среды по функционированию и развитию предприятия. Конкурентоспособность является понятием относительным, поскольку она может быть установлена только на основе сравнения с соответствующим субъектом. Различают в зависимости от сферы исследования товар, участника рынка, сектор, предприятие, страну.

Термин конкурентоспособность, на мой взгляд, в определенной степени может рассматриваться и как желаемое состояние соответствующего субъекта. По конкретному предприятию конкурентоспособность включает:

- продажу продукции на внутреннем рынке и за рубежом;
- способность к удержанию, а также укреплению доли в рынке;
- способность к уравновешенному и устойчивому развитию в длительном периоде.

Конкурентоспособность - это потенциал, возможности и компетенции конкретного субъекта рынка к противоборству с конкуренцией, то есть соперничеством со стороны других действующих субъектов в этой же отрасли на рынке.

Таким образом, конкурентоспособность предприятия является достаточно сложной и неоднозначной экономической категорией, которая учитывает различные аспекты и цели деятельности предприятия.

1.2. Факторы конкурентоспособности предприятия

Уровень конкурентоспособности предприятия определяется влиянием совокупности факторов. Под фактором конкурентоспособности понимается независимое свойство субъекта экономики или внешней среды влиять на процесс и результаты функционирования данного субъекта в условиях конкуренции, которая, в основном, имеет постоянный характер.

В экономической литературе существует различная классификация факторов в зависимости от признаков распределения. Так, А. Томпсон и А. Стрикленд за объектом исследования выделяют факторы: те, что зависят от технологии; какие относятся к сфере производства; касающиеся реализации продукции; какие входят в сферу маркетинга; относящиеся к профессиональным навыкам; связанные с организационными возможностями.

М. Портер по природе возникновения разделил факторы на основные и развитые; общие и специализированные; природные и искусственно созданные. Основными факторами, согласно классификации М. Портера, являются природные ресурсы, климатические условия, неквалифицированная и полуквалифицированная рабочая сила, капитал и тому подобное. Развитые факторы - это современная инфраструктура обмена информации на предприятии, высококвалифицированные кадры и исследовательские отделы. К специализированным факторам относятся узкоспециализированный персонал, специфическая инфраструктура, база данных в определенных областях знаний и тому подобное. Общие факторы встречаются часто и дают ограниченные конкурентные преимущества, а специализированные создают долгосрочные условия для обеспечения конкурентоспособности. Природные факторы включают географическое положение, природные ресурсы, а искусственно созданные факторы - это факторы более высокого порядка, которые обеспечивают более устойчивую и высокую конкурентоспособность.

Целесообразно отметить, что именно факторы конкуренции могут определять и соответствующие концепции конкурентоспособности. Первые из них определяют влияние технологии, специализации, диверсификации, масштаба производства, опыта, сырьевой базы, инфраструктуры, рабочей силы и локализации на конкурентоспособность. Вторые внимание концентрируют на информационной системе, методах и процессах принятия решений, ресурсах знаний и умений их использовании, методах и процессах обучения организации, формах организации производства и структуре управления.

Петров Ю. А. выделяет следующие факторы роста конкурентоспособности предприятия:

1. Источники конкурентного преимущества - реструктуризация, технологический прогресс, инновации, концентрация, консолидация, присоединения, система обучения, непосредственные инвестиции, предпочтения потребителей.
2. Потенциал конкурентоспособности и умения - имущественный (вещевой) и финансовый потенциал, качество процессов, управление логистикой, организационная культура, управление знаниями, связи с поставщиками и покупателями (включая неформальные), низкие затраты, информация о клиентах, качество кадров маркетинга, управление дистрибуцией, марка.
3. Инструменты конкурирования - качество продукции, условия оплаты, цена продукции и услуг, репутация предприятия, обширный ассортимент, система продвижения, набор после продажных услуг, марка, качество продуктов и услуг, различия продуктов.
4. Среда - покупательная способность потребителей, позиция конкурентов, кредитная и фискальная политика, организационная структура субъектов, фаза цикла жизни экономики, правовые аспекты экологизации среды, уровень технического образования общества, финансовая система, обычаи и нормы, уровень безработицы, таможенная политика, реальные доходы потребителей.

Потенциал конкурентоспособности, как одна из ключевых характеристик возможностей и оценки перспектив развития, охватывает такие элементы структуры:

1. человеческий капитал - качество кадров (квалификация, опыт, креативность, компетенции, прежде всего в сфере производства, финансов, логистики и маркетинга);
2. физические средства - качество (субституционность, комплиментарность, структура) машин, механизмов, оборудования, информационной инфраструктуры;
3. финансовые ресурсы (размер прибыли, стоимость активов, рентабельность, наличие

I Монографии, учебники, учебное пособие.

1. Агафонов В.А. Анализ стратегий и разработка комплексных программ. [Текст] / В.А. Агафонов - М.: Прогресс, 2014. - 63 с.
2. Белкин В. Н. Теоретические основы оценки конкурентоспособности предприятий / В. Н. Белкин, Н. А. Белкина, Л. Б. Владыкина // Экономика региона. - 2015. - №1. - 144-155 с.
3. Беркутова М. М. Развитие концепций управления предприятием и его конкурентоспособностью на примере компаний сотовой связи / М. М. Беркутова // Экономика, предпринимательство и право. - 2014. - том 4. №1. - 41-46 с.
4. Воронов Д. С. Оценка конкурентоспособности крупнейших российских компаний / Д. С. Воронов, В. В. Криворотов // Вестник УРФУ. - 2015. - том 14. - №5. - 717-740 с.
5. Гапоненко А. Традиционные и новые факторы конкурентоспособности организаций [Текст] / А. Гапоненко, М. Савельева // Пробл. теории и практики управл. - 2015. - N 5. - 117-124 с.
6. Дивненко З. А. Анализ категорий "конкуренция" и "конкурентная разведка" как факторов повышения конкурентоспособности предприятий / З. А. Дивненко, Д. Г. Маслов // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. - 2015. - № 1 (13). - 8-12 с.
7. Короткова Ю. Д. Стратегический анализ конкурентоспособности организации / Ю. Д. Короткова // Евразийское научное объединение. - 2018. - том 2. - № 5 (39). - 101-103 с.
8. Кожевников А.В. Комплексный индекс для оценки конкурентоспособности организации [Текст] / А. Кожевников, Ю. Терехова // Стандарты и качество. - 2014. - N 1. - 82-84 с.
9. Клековкин Л.И. Системный подход к пониманию конкурентоспособности как фактор устойчивого развития экономики[Текст] / Л.И. Клековский // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. - 2013. - N 17. - 32-38 с.
10. Любушин Н.П. Экономический анализ: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Бухгалтерский учет, анализ и аудит, и «Финансы и кредит». / Н.П. Любушин.- 3-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.-575 с.
11. Матвеева Т. В. Структуризация понятия конкурентоспособность (продукция, предприятие, отрасль) /Т. В.

- Матвеева, А. Е. Курач // Инновационные процессы в экономике, управлении и социальных коммуникациях: сборник трудов конференции. - Псков: Псковский государственный университет. - 2016. - 248-256 с.
12. Малинина О. Имидж коммерческого предприятия [Текст] / О. Малинина, А. Долгова // Пробл. теории и практики управл. - 2014. - N 6. - 130-136 с.
13. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. - 2-изд., перераб. и доп. М.: Инфра-М, 2016. - 208 с.
14. Петров Ю. А. Проблема оценки конкурентоспособности предприятий в современных условиях / Ю. А. Петров, Д. К. Стожко // Аграрное образование и наука. - 2016. - №2. - 53 с.
15. Хасби Д. Стратегический маркетинг: Учеб. пособие. [Текст] / Д. Хасби - М.: Контур, 2014. - 149 с.
16. Хорин А.Н. Стратегический анализ: учебное пособие. [Текст] /А.Н. Хорин -М. : Эксмо, 2014.- 288 с.
17. Чайникова Л.Н., Чайников В.Н. Конкурентоспособность предприятия: Учебное пособие. - Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2014. - 312 с.
18. Чуб Б.А. Стратегический менеджмент: Теория и практика: Учебное пособие для вузов. — М.: Аспект Пресс, 2016. - 189 с.
19. Юданов А. Ю. Конкурентоспособность предприятия: Учебное пособие.-Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2014. - 312 с.
- II. Статьи из периодической печати.
20. Похилько А. Т. Конкурентоспособность предприятия, как один из показателей эффективной деятельности предприятия / А. Т. Похилько // Заметки Ученого. - 2015. - № 1-2. - 105-107 с.
21. Швагирева В. С. Маркетинговый метод повышения конкурентоспособности предприятия / В. С. Швагирева, К. В. Неумоина, А. С. Донец // Научный вестник Одесского национального экономического университета. - 2014. - № 8 (216). - 209-220 с.
- III. Интернет – ресурсы.
- Научная электронная библиотека Elibrary.ru - <https://elibrary.ru/>

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/glava-diploma/53679>