

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://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/200941>

Тип работы: Научно-исследовательская работа

Предмет: Экономика

Введение.....	3
1.Теория инвестиционной деятельности предприятия и его конкурентоспособности.....	4
2.Краткое описание и история компании.....	16
3. Инвестиционная стратегия руководства.....	18
4. Развитие FORTGROUP.....	20
5.Анализ финансовой деятельности для оценки конкурентоспособности.....	22
6.Анализ эффективности деятельности организации для оценки конкурентоспособности.....	30
7. Оценка ключевых показателей для оценки конкурентоспособности.....	34
Заключение.....	41
Список литературных источников.....	43

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что важнейшим условием успешной деятельности является грамотное инвестирование. Эффективность инвестиционной деятельности напрямую зависит от правильной инвестиционной политики. Инвестиционная деятельность предприятия всегда несет факторы неопределенности риска. Поэтому для обеспечения высокого уровня безопасности инвестиций следует уделять пристальное внимание управлению рисками, а также проанализировать насколько инвестиционный проект конкурентоспособен на рынке.

Целью научно-исследовательской работы является рассмотрение экономической деятельности инвестиционной фирмы как фактора конкурентоспособности на примере FORTGROUP.

Объектом исследования выступает экономическая деятельность компании FORTGROUP.

Предметом исследования является инвестиционная привлекательность компании FORTGROUP.

Теоретической и методологической основой исследования являются научные труды по вопросам оценки инвестиционной привлекательности предприятия.

Информационной базой послужили интернет-ресурсы и официальные публикации исследуемой компании FORTGROUP, а также её финансовая и бухгалтерская отчетность.

Элементом научной новизны стало создание алгоритма комплексной оценки конкурентоспособности инвестиционной компании и апробация ее на практическом примере.

1. Теория инвестиционной деятельности предприятия и его конкурентоспособности

Под инвестициями следует понимать денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и иной деятельности в целях получения прибыли и достижения иного полезного эффекта. Инвестором является физическое или юридическое лицо, вкладывающее средства, капитал в инвестиционные проекты с определенной степенью риска невозврата, для последующего получения прибыли.

Инвестиционная деятельность осуществляется в направлении определенных активов в процессе формирования различных видов собственности с целью получения в будущем определенных доходов или других результатов. Они должны превышать первоначальные инвестиции. В общем правовом поле выделяются как частные, так и государственные инвестиции.

Инвестиционная деятельность – это деятельность организации (инвестора), подразумевающая вложение инвестиций в выявленную анализом сферу, подразделение, производство и пр., в результате которой предприятие (инвестор) получит доход, отдачу и достигнет прочих планируемых результатов.

Любое предприятие в той или иной мере связано с инвестиционной деятельностью. Принятие решений по инвестированию и оценка их эффективности осложняется различными факторами:

- вид инвестиций;
- стоимость инвестиционного проекта;
- ограниченность финансовых ресурсов, доступных для инвестирования;
- риск, связанный с принятием решения.

Выделяют несколько основных направлений инвестиционной деятельности предприятия [18]:

- обновление и развитие материально-технической базы;
- наращивание объемов производственной деятельности;
- освоение новых видов деятельности.

Физические и юридические лица, инвесторы заинтересованы в повышении эффективности, высоких темпах развития и повышении конкурентоспособности. Но это во многом зависит от проводимой инвестиционной деятельности и масштабов ее реализации.

Чаще всего под инвестициями понимают вложение капитала с целью дальнейшего увеличения его объема. Хотя распространена трактовка направления средств воспроизводства основных фондов, таких как здания, транспортные средства, оборудование и тому подобное.

Инвестиционная деятельность может быть связана с работой с оборотными активами, финансовыми инструментами, патентами, лицензиями и другими разработками. Существует широкий спектр возможных вложений. Поскольку объекты инвестиционной деятельности достаточно разнообразны, существует множество различных классификаций. Давайте рассмотрим некоторые из них.

Одним из условий экономической целесообразности инвестиционного проекта является его эффективность. Определение эффективности заключается в корректном сопоставлении осуществленных затрат с экономическим эффектом, получаемым в результате вложения затрат.

Коммерческая эффективность определяется при оценке коммерческих проектов соотношением финансовых затрат и результатов. Основным критерием эффективности является чистый дисконтированный доход.

Инвестиционная деятельность предприятия эффективна при превышении результатами реализации инвестиционного проекта затрат за определенный период времени. Показатели развития предприятия напрямую зависят от критериев эффективности инвестиционного проекта. Основное влияние на изменения показателей предприятия оказывает направление (цель) инвестиционной деятельности.

Освоение новых видов деятельности предполагает первоочередный анализ рынка для выявления потребности покупателей в новом товаре, определения предполагаемого сегмента рынка. Данное направление подразумевает под собой значительные капиталовложения, перенастройку имеющегося оборудования при наличии возможности его использования в новом производстве.

Производство нового товара на рынке тесно связано с риском неэффективности капиталовложений, а производство имеющегося на рынке, но нового для предприятия товара, имеет меньшую степень риска. Объем производства будет варьироваться в зависимости от потребительского спроса. Отсюда следует изменение выручки от продаж, себестоимости продукции, чистой прибыли и показателей рентабельности. Выход на новые рынки сбыта поможет предприятию занять большую долю и усилить свою конкурентоспособность.

Внедрение инноваций, по мнению Иванова Е. А. [36], позволяет предприятию достигать лидерства на рынке и удерживать конкурентные преимущества. Поэтому для устойчивого развития предприятия важно быстро среагировать на изменение структуры отраслевого окружения, заметить новое и внедрить его.

Таким образом, с содержательной стороны экономическая конкурентоспособность наделена дуалистическим характером, выступая и результатом, и инструментом повышения эффективности хозяйственной деятельности промышленного предприятия [2].

Уровень конкурентоспособности предприятия определяется результатом создания, эффективного использования и удержания конкурентных преимуществ предприятия.

Исходя из результатов, полученных на основании проведенного теоретического исследования, мы можем сделать вывод о том, что конкурентоспособность предприятия практически во всех источниках экономической литературы в условиях рыночной экономики рассматривается как интегральный показатель

экономической эффективности деятельности.

Конкурентное преимущество - это термин, часто используемый в бизнес-контексте, и, как правило, именно он обеспечивает высокую прибыль, лучшие продажи продукции и постоянную способность к инновациям. Компании с сильными конкурентными преимуществами имеют наилучшие возможности для достижения успеха в своих отраслях и, как правило, способны противостоять конкурентам легче, чем другие.

Некоторые из наиболее распространенных факторов, влияющих на конкурентное преимущество, включают контроль затрат, дифференциацию продукции и обслуживание клиентов.

Конкурентное преимущество относится к способности компании производить товары и/или услуги дешевле или качественнее, чем ее конкуренты. Бизнес может иметь превосходное обслуживание клиентов или может производить товары по более низкой цене за счет экономии за счет масштаба (бизнес-концепция, которая обозначает соотношение между количеством продукта, производимого компанией, и ценой, которую компания может выгодно взимать).

Компания, обладающая одним или несколькими конкурентными преимуществами, имеет хорошие возможности для реализации своей бизнес-стратегии и устойчивого роста по сравнению со своими коллегами.

Конкурентное преимущество является синонимом "уникального торгового предложения" компании или отличительной причины, по которой клиенты постоянно стремятся купить продукты или услуги компании. Возможно, потребитель оценит низкую цену товара. Возможно, ему понравится продукт, потому что он уникален на рынке, и ни одна другая компания не производит ничего с такой же функциональностью. Уникальное торговое предложение может принимать форму преимущества в стоимости - в этом случае клиенты совершают повторные покупки, потому что их привлекает низкая цена. С другой стороны, конкурентное преимущество может быть установлено за счет дифференциации продукта. В этом случае дифференцированные качества продукта полностью отличают его от продуктов конкурентов, создавая лояльную клиентскую базу.

Конкурентное преимущество часто путают со "сравнительным преимуществом", которое на самом деле является лишь одним из видов конкурентного преимущества. Компания, обладающая сравнительными преимуществами, производит товары или услуги более эффективно, чем ее коллеги.

Если компании требуется меньшее количество ресурсов (например, топлива) для производства той же продукции, что и другой компании, то первая компания имеет сравнительное преимущество. Аналогичным образом, сравнительное преимущество существует, если одна компания может преобразовать то же количество входных данных в большее количество выходных данных, чем ее конкуренты.

Иными словами, сравнительное преимущество - это мера относительной альтернативной стоимости, которая представляет собой стоимость затрат, затраченных по сравнению с конкурентами, для получения определенного набора результатов. Компании со сравнительными преимуществами имеют альтернативные издержки, которые ниже, чем у их конкурентов.

Типы конкурентных преимуществ и стратегий

Компании стремятся создать конкурентные преимущества, чтобы отличаться от конкурентов. Компания может выбрать для найма только тех, кто обладает очень специфическим набором навыков для принятия наиболее важных решений компании.

Использование этой специализированной базы знаний и навыков само по себе может создать конкурентное преимущество, а также сократить кадровый резерв, доступный конкурентам. Люди с превосходными навыками могут быть задействованы для создания превосходных продуктов, которые, в свою очередь, могут привлечь больше клиентов. Компании должны постоянно искать новые способы развития конкурентных преимуществ, чтобы найти новых покупателей и увеличить удержание клиентов.

Как упоминалось выше, конкурентные преимущества могут быть установлены на основе дифференциации продукта, качества продукта или стоимости продукта. Конкурентное преимущество также может быть достигнуто за счет предоставления выдающегося опыта работы с клиентами. Сильный маркетинг и брендинг, кроме того, могут увеличить конкурентные преимущества за счет установления и укрепления лояльности клиентов.

Компания с дифференцированным конкурентным преимуществом предлагает продукцию, которая одновременно уникальна и превосходит по качеству. Компания с дифференцированным конкурентным преимуществом занимает сильную конкурентную позицию благодаря множеству элементов своего бизнеса, создавая тем самым большой разрыв между компанией и ее коллегами по отрасли.

Применение конкурентных преимуществ для инвестирования

По крайней мере, базовое понимание конкурентных преимуществ необходимо для любого отраслевого

анализа, который проводят инвесторы, чтобы определить, чего стоит компания. Поиск компаний с явными конкурентными преимуществами в соответствующих отраслях может помочь вам решить, как инвестировать, особенно при создании портфеля долгосрочных акций.

Под конкурентоспособностью товара или услуг необходимо понимать всю сложную совокупность его признаков, которыми он отличается от аналогичных продуктов. Данное понятие представляет собой также систему потребительских, экономических и технических показателей: технологический уровень изделия, функциональные, социальные и другие полезные свойства, стоимость покупки и затраты на потребление и обслуживание.

Мониторинг конкурентоспособности при помощи сравнительного анализа перечисленных показателей с уровнем показателей конкурентов. Оценка конкурентоспособности предприятия – процесс сложный, который подразумевает анализ преимуществ по отношению к другим предприятиям данной отрасли как на территории государства, так и за его пределами.

В основание конкурентоспособности предприятия положена, собственно, система его конкурентных привилегий. На базе данных по сравнительному анализу различных подходов к исследованию конкурентных преимуществ организации следует проводить их систематизацию по нижеследующим признакам [2]:

- отношение к самой системе;
- область возникновения преимущества;
- содержание фактора преимущества;
- время реализации преимущества;
- место реализации преимущества;
- вид конечного результата.

Кодификация указанных конкурентных преимуществ с дальнейшим их кодированием обязательна к автоматизированной обработке бухгалтерского учета и проведению факторного анализа с целью определения конкурентоспособности предприятия.

Конкурентное преимущество, которым обладает предприятие, разделяется на факторы: внутренние (практически полностью определяются руководством организации) и внешние (проявление этих факторов уже не зависит от организации).

К типовой конкурентоспособности относят такие преимущества, как рыночные, управленческие, технические, структурные, ресурсные.

Как показатели конкурентных преимуществ используются такие, как издержки производства, размер относительной доли рынка, степень внедрения инновационных технологий, наличие разработанной и имеющей применение стратегии продаж, характерные только для этого предприятия свойства товаров, популярность фирмы.

Повышение степени конкурентоспособности является актуальной проблемой в современном бизнес-пространстве, разрешение этой проблемы связано с усовершенствованием технологий разработки, производства, сбыта и последующим техническим обслуживанием продукции.

При проведении этих мероприятий представляется возможным добиться следующих результатов:

- снижения издержек производства;
- повышения качества продукции;
- стимулирования рекламных кампаний;
- увеличения экономичности и оперативности послепродажного обслуживания.

Конкурентоспособность складывается из великого множества элементов, представляющих собой в то же время самостоятельный объект управления. Конкурентоспособное предприятие разрабатывает собственный, отличный от других, стратегический подход в управлении конкурентоспособностью.

Рассмотрим ключевые из них: эксплерентная, виолентная, пациентная, коммутантная.

Известный экономист Майкл Портер [3] в своей теории конкурентных преимуществ указывает на два основных источника преимуществ: маркетинг и издержки. Преимущества в издержках – это, собственно, конкурентоспособность, которая возникает при осуществлении политики снижения производственных и маркетинговых расходов по сравнению с конкурентами. Это дает возможность предприятию существенно снизить цены на производимый продукт или услугу, экономить на рекламе и распределении. Преимущества в маркетинге – это конкурентоспособность товаров и услуг, удовлетворяющих покупателей больше, чем товары конкурентов.

Предприятие добивается более значительных успехов в маркетинге, если в основном ориентируется на запросы и возможности потребителя, чем то предприятие, которое видит преимущества лишь в снижении

издержек, однако и оно не может совсем игнорировать интересы потребителей, потому что в этом случае его преимущество будет неустойчивым.

Преимущество маркетинга в занимаемом предприятии сегменте рынка состоит в предпочтительности некоторых свойств продукции фирмы, чем продукции фирмы конкурента.

В современном бизнес-мире сложилась определенная система обеспечения конкурентоспособности предприятия.

В теории вопрос обеспечения конкурентоспособности выпускаемой продукции обозначен и изучается и как процесс, и как структура. Обеспечение конкурентоспособности как процесса – это реализация тесным образом связанных между собой различных научных подходов, методик, принципов, средств и мероприятий, разрабатываемых по всем параметрам управления и стадиям жизненного цикла управляемых объектов и имеющих целью обеспечение конкурентоспособности выпускаемого продукта.

Система обеспечения конкурентоспособности как структура – это система, состоящая из внешней среды предприятия и ее внутренней структуры, направленная на то, чтобы производить обеспечение конкурентоспособности выпускаемого товара или оказываемой услуги.

Наряду с теоретическими исследованиями сущности конкуренции и конкурентоспособности, в экономической литературе давно обсуждается проблема практической оценки конкурентоспособности. Можно констатировать, что в вопросах оценки конкурентоспособности продукции на сегодняшний день достигнуты определенные успехи, разработаны вполне приемлемые методики оценки конкурентоспособности идентичных товаров и услуг. Сложнее дело обстоит с оценкой конкурентоспособности предприятий. Несмотря на то, что определенные шаги в этом направлении предпринимались и предпринимаются, универсальной и общепризнанной методики комплексной оценки конкурентоспособности предприятия экономистами в настоящее время не выработано.

В то же время потребность в оценке конкурентоспособности того или иного предприятия существует, поскольку в условиях рыночной экономики оценка своих конкурентных позиций является неотъемлемым элементом деятельности любого хозяйствующего субъекта.

Изучение конкурентов и условий конкуренции в отрасли требуется предприятию в первую очередь для того, чтобы определить, в чем его преимущества и недостатки перед конкурентами, и сделать выводы для выработки предприятием собственной успешной конкурентной стратегии и поддержания конкурентного преимущества. Определение конкурентоспособности предприятия является неотъемлемым элементом деятельности любого хозяйствующего субъекта.

В частности, оценка конкурентоспособности хозяйствующего субъекта необходима в целях:

- разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности;
- выбора контрагентов для совместной деятельности;
- составления программы выхода предприятия на новые рынки сбыта;
- осуществления инвестиционной деятельности;
- осуществления государственного регулирования экономики.

В любом случае осуществление оценки конкурентоспособности предприятия преследует цель: определить положение предприятия на исследуемом рынке. Инвестиционная деятельность любого предприятия будет индивидуальной и неповторимой, так как зависит от огромного множества факторов, начиная от самых незначительных и заканчивая условиями экономической среды в конкретном городе, регионе, стране.

1. Боди З. Принципы инвестиций / З. Боди. - М.: Диалектика / Вильямс, 2021. - 785 с.
2. Брынцев, А. Н. Инвестиционный проект. Да или нет / А.Н. Брынцев. - М.: Экономическая газета, 2017. - 126 с.
3. Винс, Ральф Математика управления капиталом. Методы анализа риска для трейдеров и портфельных менеджеров / Ральф Винс. - М.: Альпина Паблишер, 2017. - 408 с.
4. Галина Суспицына и Татьяна Моисеева Анализ инвестиционного обеспечения обновления основного капитала / Галина Суспицына и Татьяна Моисеева. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2020. - 220 с.
5. Грег, Н. Грегориу IPO. Опыт ведущих мировых экспертов / Грег Н. Грегориу. - М.: Гревцов Паблишер, 2017. - 624 с.
6. Лумпов, Алексей Бизнес-планирование инвестиционных проектов / Алексей Лумпов. - М.: АВТОР, 2020. - 503 с.
7. Москвин, В.А. Инвестиционные проекты в мире соц. сист.: Моногр. / В.А. Москвин-М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2016.-256 с.(п) / В.А. Москвин. - Москва: Мир, 2021. - 639 с.

8. Паклин, Н. Бизнес-аналитика. От данных к знаниям / Н. Паклин, В. Орешков. - М.: Питер, 2020. - 624 с.
9. Рахманов Рауф Инвестиции как инструмент инновационной деятельности / Рауф Рахманов. - М.: LAP LambertAcademicPublishing, 2019. - 176 с.
10. Славянов А. Инвестиционные стратегии нестационарных экономических систем / Славянов Андрей. - М.: LAP LambertAcademicPublishing, 2020. - 228 с.
11. Тюрина, А. В. Инвестиции. Практикум / А.В. Тюрина. - М.: КноРус, 2019. - 208 с.
12. Интернет-ресурс <https://fortgroup.ru/ru/> Дата обращения: 19.10.2021
13. Интернет-ресурс <https://www.audit-it.ru/> Дата обращения 19.10.2021
14. Интернет-ресурс <https://spark-interfax.ru/> Дата обращения 19.10.2021
15. Интернет-ресурс <https://www.nalog.gov.ru/> Дата обращения 19.10.2021

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://stuservis.ru/nauchno-issledovatelskaya-rabota/200941>