

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/diplomnaya-rabota/24979>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Финансы

Введение 3

Глава 1. Теоретические аспекты конкурентоспособности услуг организации 5

1.1 Понятия конкурентоспособности услуг и конкурентных преимуществ организации 5

1.2 Факторы конкурентоспособности услуг организации 11

1.3 Методика оценки конкурентоспособности услуг организации 15

Глава 2 Оценка конкурентоспособности услуг ОАО Додо пицца 26

2.1 Организационно-экономическая характеристика деятельности ОАО Додо пицца 26

2.2. Анализ рынка общественного питания города Калуги 36

2.3 Анализ конкурентоспособности услуг ОАО «Додо пицца» 40

Глава 3. Пути повышения конкурентоспособности услуг ОАО «Додо Пицца» 48

3.1. Пути повышения конкурентоспособности услуг ОАО «Додо Пицца» 48

3.2. Прогнозирование услуг конкурентоспособности услуг ОАО «Додо пицца» 59

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 64

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 67

Введение

В настоящих условиях хозяйствования конкурентоспособность предприятий является главным фактором, обеспечивающим их выживание на рынке и достижение высоких экономических результатов.

Конкурентоспособность предприятия – это его свойство, отличное от потенциала предприятия, конкурентоспособности продукции и эффективности деятельности. Поэтому, в отличие от существующих подходов, в качестве причин возникновения конкурентоспособности необходимо рассматривать не только внутренние, относящиеся к предприятию, факторы, но и внешние, принимающие форму конкуренции на рынках готовой продукции и производственных ресурсов. Управление конкурентоспособностью предприятия должно учитывать факторы и уровень конкурентоспособности продукции и отрасли (национальной экономики).

Актуальность данной темы заключается в том, что стремление предприятия к достижению поставленных целей основывается на способности получать и удерживать конкурентные преимущества, то есть способности быть предпочтительным из множества аналогичных предприятий. При этом указанные конкурентные преимущества основываются, в конечном итоге, на более высоком, по сравнению с аналогичными предприятиями, уровне эффективности (технологической и(или) рыночной) функционирования, характеризующей степень достижения целей различных уровней социума. Поэтому каждое предприятие стремится непосредственно влиять на свою конкурентоспособность.

Предметом работы является конкурентоспособность предприятий.

Целью работы выступает комплексный анализ понятия конкурентоспособности ресторанного предприятия и его конкурентных преимуществ, влияющих на результативность деятельности компании.

В связи с этой целью ставится ряд задач:

- дать характеристику понятия «конкурентоспособность»,
- выявить основные факторы конкурентоспособности предприятия,
- изучить степень конкурентоспособности ОАО «Додо пицца»
- дать рекомендации для повышения конкурентоспособности предприятия.

Работа состоит из трех основных частей, в которых анализируются теоретические основы понятия конкурентоспособности предприятия, проводится анализ конкурентоспособности на примере мебельной фабрики и даются рекомендации для ее повышения в будущем.

Для раскрытия темы были использованы исследования современных авторов в области изучения факторов конкурентоспособности предприятия, официальные данные ресторана ОАО «Додо пицца», аналитические порталы и ресурсы Интернет.

Глава 1. Теоретические аспекты конкурентоспособности услуг организации

1.1 Понятия конкурентоспособности услуг и конкурентных преимуществ организации

Исследование экономической сущности конкурентоспособности предприятия требует определения причин её возникновения, что в свою очередь, обуславливает необходимость ответов на следующие важные вопросы о деятельности предприятия:

- что такое предприятие как носитель конкурентоспособности?
- какие качественные черты предприятия обуславливают наличие у него способности эффективно функционирование во внешней среде?
- что обуславливает возникновение конкуренции между предприятиями?

Любое предприятие в первую очередь является целостной системой, сущность которой заключается не в особенностях составляющих его элементов, а в характере связей и отношений между этими элементами. Характер этих связей позволяет определить потенциальные основания и критерий конкурентоспособности предприятия во внешней среде.

Организация производственных, энергетических и информационных систем на предприятии является фактором определения степени его конкурентоспособности. Необходимо учитывать, что обособление предприятия от внешней среды представляет собой прерывания всех отношений между элементами предприятия и внешней средой.

Исходя из вышесказанного, может быть определено, что конкурентоспособность как свойство предприятия является результатом процесса обособления предприятия в результате его выделения из внешней среды.

Обязательное участие всех элементов предприятия в создании конечной продукции позволяет разграничить понятия предприятия и экономической сущности его конкурентоспособности:

Графическое изображение изложенного подхода к трактовке возможности выделения предприятия из внешней среды и осуществление его конкурентоспособности представлено на рисунке 1.1.

Предприятие как целостная система, устремленная к максимальному извлечению прибыли от своей деятельности, для достижения каждой цели обладает способностью изменять текущие стратегии своего функционирования.

Рисунок 1.1 - Понятие предприятия как целостной системы

Задачей функционирования предприятия тогда является улучшение его положения во внешней среде, которое предполагает:

- а) сохранение существования предприятия как противодействие процессам повышения конкуренции в отрасли;
- б) качественное изменение предприятия, приводящее к увеличению его потенциальных способностей, что фактически означает повышение его конкурентных преимуществ.

Объективное существование процессов непрерывного развития всех субъектов предприятия (работники, общество, поставщики, потребители, само предприятие как система), обуславливает необходимость постоянного увеличения совокупности его потенциальных возможностей (конкурентоспособности) по удовлетворению своих целей.

В результате данного анализа может быть установлено, что предприятие все же является открытой системой, достигающей своих целей путем взаимодействия с внешней средой, которое оно осуществляет в форме конкуренции.

Внешними причинами возникновения конкуренции являются :

- существование множества предприятий на рынке;
- наличие у предприятий аналогичных целей деятельности, то есть сходной глобальной позиции во внешней среде;
- ограниченность возможностей достижения предприятиями поставленных целей деятельности вследствие ограниченности ресурсов, имеющихся во внешней среде;
- объективное стремление общества к максимизации уровня удовлетворения своих потребностей в условиях ограниченности возможностей для этого.

Внутренние причины возникновения конкуренции обусловлены тем, что существование предприятия – это достижение такого функционального состояния, которое является достаточным для того, чтобы это

предприятие было предпочтено обществом и потребителями. Таким образом, стремление предприятия к достижению поставленных целей основывается на способности получать и удерживать конкурентные преимущества, то есть способности быть предпочтительным из множества аналогичных предприятий. При этом указанные конкурентные преимущества основываются, в конечном итоге, на более высоком, по сравнению с аналогичными предприятиями, уровне эффективности (технологической и(или) рыночной) функционирования, характеризующей степень достижения целей различных уровней социума. Указанная эффективность базируется на системной совокупности специфических компетенций предприятия и располагаемых им производственных ресурсах, образующих его потенциал, а также выбранном предприятием способе их реализации, то есть реализуемой стратегией на рынке.

Графическое отображение причин возникновения конкуренции представлено на Рисунке 1.2.

Рисунок 1.2 - Причины возникновения конкуренции между компаниями

В настоящее время важно ответить на следующие вопросы:

- каковы причины возникновения у предприятия свойства, выражаемого категорией «конкурентоспособность»;
- что является факторами, определяющими уровень конкурентоспособности предприятия;
- какова целевая направленность конкурентоспособности предприятия;
- какие качественные характеристики присущи конкурентоспособности предприятия;
- какова взаимосвязь конкурентоспособности предприятия с аналогичным свойством его продукции, отрасли и национальной экономики в целом.

Конкурентоспособность предприятия – это его свойство, отличное от потенциала предприятия, конкурентоспособности продукции и эффективности деятельности. Поэтому, в отличие от существующих подходов, в качестве причин возникновения конкурентоспособности необходимо рассматривать не только внутренние, относящиеся к предприятию, факторы, но и внешние, принимающие форму конкуренции на рынках готовой продукции и производственных ресурсов. Управление конкурентоспособностью предприятия должно учитывать факторы и уровень конкурентоспособности продукции и отрасли (национальной экономики).

Рассмотрим некоторые определения конкурентоспособности предприятия.

«Конкурентоспособность объектов складывается из конкурентоспособности элементов и их организованности для достижения цели».

«Конкурентоспособность – способность конкурировать на рынках товаров и услуг. В основе конкурентоспособности лежит сочетание цены и качества. При одинаковом качестве продукции и высокой репутации производителей поставщики конкурентоспособны только при условии, что их цены не превышают цен конкурентов».

Во-первых, конкурентоспособность подразумевает более эффективную работу в отличие от конкурентов, которая в конечном итоге выражается в удовлетворении потребностей клиентов.

Во – вторых, согласно некоторым терминам, конкурентоспособность в первую очередь подразумевает эффективное управление организационными процессами, что и позволяет формировать конкурентное преимущество.

В-третьих, конкурентоспособность подразумевает соотношение цены и качества.

И наконец, конкурентоспособность – комплексное понятие, обусловленное качеством построения организационных процессов, таких как система управления, система качества продукции, финансовая составляющая и т.д.

Многие эксперты считают самыми главными критериями качественной производственной и финансовой конкурентоспособности стоимость и востребованность товара. Так, например, продукция крупной

фармацевтической компании, занимающаяся выпуском жизненно важных лекарственных средств, будет пользоваться большей популярностью, нежели товары компании, реализующей детали для редких моделей промышленного оборудования.

Таким образом, критерии конкурентоспособности могут меняться в зависимости от специфики деятельности предприятия и ситуации, сложившейся на финансово-экономическом рынке, поэтому определить четкие признаки высокого рейтинга той или иной компании можно только в условиях динамики ее развития.

1.2 Факторы конкурентоспособности услуг организации

Применяемые при оценке конкурентоспособности показатели могут быть качественными и количественными. Следовательно, критерий конкурентоспособности предприятий сферы предоставления услуг — это качественная или количественная характеристики деятельности предприятия, используемые для оценки конкурентоспособности.

Рисунок 1.3 - Факторы конкурентоспособности предприятия и механизм их влияния на ее величину

Исходя из признака назначения, можно различать ограничительные и оценочные критерии конкурентоспособности.

Ограничительный критерий — это качественная или количественная характеристика профессиональной оценки конкурентоспособности предприятия.

Оценочный критерий — это количественная или качественная характеристика объекта в целях заключения о конкурентных преимуществах компании.

Динамика объемов производства и реализации продукции, а следовательно в большой степени и доли рынка, обусловлена динамикой не цен, девальвации валюты и др., а рентабельности. Как правило, рос выпуск продукции с положительной рентабельностью или с рентабельностью, имеющей тенденцию к повышению. В то же время, действующие в экономике отношения присвоения и отчуждения собственности обуславливают то обстоятельство, что базой для измерения уровня достижения указанной цели предприятия должны служить не затраты (рентабельность затрат/продукции), а вложенный капитал (рентабельность активов).

Производственные ресурсы, формирующие конкурентные преимущества предприятий необходимо классифицировать на следующие группы:

□ Капитальные: основные средства, нематериальные активы, оборотные активы, земельные ресурсы;

□ Трудовые: совокупность количественных и качественных характеристик персонала предприятия, а также уровень его мотивации;

□ Системно-организационные: организационная структура, организационная культура, используемые технологии деятельности;

□ Ресурсы позиционирования деятельности: в пространстве, времени, сознании потребителей.

Таким образом, по сравнению с действующими классификационными группами ресурсов предприятий дополнительно выделяются системно-организационные ресурсы и ресурсы позиционирования, обуславливающие влияние качества управления предприятием на уровень его конкурентоспособности. Необходимо учитывать, что успешное выполнение предприятием производственных задач посредством механизмов закона опыта и эффекта

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрегова И.И. «Руководство» и «лидерство» как явления социального управления // Вестник Майкопского государственного технологического университета. - 2012. - № 1. - С. 27-32
2. Акмаева Р.И. Становление быстродействующих и самообучающихся организаций – основа повышения конкурентоспособности Российских компаний в условиях инновационной экономики // Р.И. Фомченкова Л.В. Анализ факторов конкурентоспособности организаций на различных стадиях жизненного цикла // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – 33. – с. 46-52.
3. Акмаева, Н.Ш. Епифанова // Вестник АГТУ. Сер. Экономика. – 2011. – №2. – с. 12-18.
4. Аранжин В.В. Ключевые факторы повышения конкурентоспособности современных организаций (по

материалам российских научных публикаций) // Современные научные исследования и инновации. - 2017. - № 2

5. Арсентьева Ю.А., Борисов А.В. Современные проблемы руководства и лидерства в системе управления человеческими ресурсами организации // NovalInfo.Ru. - 2015. - Т. 1. - № 39. - С. 101-106

6. Байда Е.А. Обеспечение конкурентоспособности производственных организаций // Вестник СибАДИ - 2015. - №3 - с. 79-83.

7. Балашов А.П. Теория менеджмента. - М.: Инфра-М, 2014. — 352 с.

8. Блинов А.О., Угрюмова Н.В. Теория менеджмента. Учебник для бакалавров. — М.: Дашков и К, 2014. — 304 с.; электронная версия — Москва: 2016.

9. Васяйчева В.А. Повышение конкурентоспособности организаций РФ на основе проектного управления // В.А. Васяйчева, Е.А. Гущина // Экономическое развитие стран Евросоюза и стран СНГ в условиях глобализации Международный научно-практический конгресс: тезисы докладов. ISAE "Consilium". - 2013. - с. 101-104.

10. Виноградова Н.И. Инновационная составляющая роста конкурентоспособности организаций потребительской кооперации // Н.И. Виноградова, Г.А. Польская, М.А. Чаплыгина // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - 2014. - №1. - с. 336-339.

11. ВЦИОМ: Материалы четвертой международной научно-практической социологической конференции Продолжая Грушина 27-28 февраля 2014 г. - М.: ВЦИОМ, 2014. — 500 с.

12. Герман М.В. Профессиональный уровень индивида, его изменения и условия формирования в контексте происходящих трансформационных процессов в обществе// Вестник Томского государственного университета. - 2007. - №298. - с. 135-138.

13. Глухов В.В. Менеджмент. Учебник для вузов. — 3-е издание. — СПб.: Питер, 2008. — 608 с.

14. Донской Н.П. Стратегический менеджмент. Опорный конспект лекций. - МИТСО, 2011.

15. Дрягина И.В. Повышение инновативности как фактор конкурентоспособности организации // Вестник государственного и муниципального управления. - 2012. - №1. - с. 72-77.

16. Елфимов В. Тенденции и положительный опыт российской онлайн-торговли - 2013 // Современная торговля - 2014. - №2 - С.15-14

17. Жигун Л.А. Теория менеджмента: теория организации. Учебное пособие. — М.: "НИЦ Инфра-М" , 2014. — 320 с.

18. Кара А.Н. Систематика подходов к управлению конкурентоспособностью организации // А.Н. Кара, А.В. Ковтуненко // Современные проблемы и перспективы. - 2012. - с. 133-135.

19. Ожигбесова Е.В. (ред.) Актуальные проблемы экономики и управления в современном обществе 2011. Материалы научно-практической конференции. 17 ноября 2011 г. / Под ред. Е.В. - Пермь: АНО ВПО «Пермский институт экономики и финансов», 2011. - 556 с.

20. Панова А.Г., Иваницкая Е.С. Экономическое обоснование развития и мотивации международного менеджмента в сфере материальных, финансовых и информационных потоков. Расширение международных границ интернационализации бизнеса. Учебное пособие. Новосибирск: ФГОУ ВПО «НГАВТ», 2010 г. — 45 с.

21. Панюкова, В. В. Международный характер франчайзинговых отношений на российском рынке // Региональная экономика: теория и практика. - 2013. - № 24. - С. 7-13.

22. Сандригайло Л.З., Белозёрова Н.В. Международный менеджмент. Учебное пособие. - Сыктывкар: СЛИ, 2013. - 64 с.

23. Смоловик Г.Н. Теория менеджмента. - Новосибирск : СибГУТИ, 2016. — 245 с.

24. Тарский М.О. Конкурентоспособность – основное проявление качества управления организацией // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. - 2014. - №2. - с. 63-66.

25. Трухачёв В.И., Лякишева И.Н., Миргородская О.А. Международный менеджмент. Учебное пособия для студентов, обучающихся по специальности «Мировая экономика». — Ставрополь: Изд-во СтГАУ «АГРУС», 2009. — 284 с.

26. Формирование конкурентной среды, конкурентоспособность и стратегическое управление предприятиями, организациями и регионами: сборник статей Международной научно-практической конференции / МНИЦ ПГСХА. - Пенза: РИО ПГСХА, 2015. - 120 с.

27. Чуйкин А.М. Стратегическая конкурентоспособность организации в знаниевой экономике // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. - 2013. - №3. - с. 114-124.

28. Показатели конкурентоспособности. - <https://utmagazine.ru/posts/13398-pokazateli-konkurentosposobnosti>

29. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия сферы предоставления услуг. -

http://www.kycherova.ru/osobennosti/factor_vliyugi_na_konkurentosposobnost/index.html

30. Додо пицца [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.dodofranchise.ru/>

31. «Додо пицца» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dodopizza.ru/kaluga/about#>

32. Управление качеством и сертификация услуг предприятия общественного питания [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://wudger.ru/>

33. Системы менеджмента качества [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://storage.mstuca.ru/bitstream>

34. Официальный портал органов власти Калужской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://admoblkaluga.ru/>

35. Информация о состоянии общественного питания на территории Калужской области [Электронный ресурс]. Режим доступа:

http://admoblkaluga.ru/sub/competitive/departments_mkpt/market_mkpt/market_analytic/about_market.php

36. Маркетинговые исследования рынков [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://alto-group.ru/>

37. “О концепции развития розничной торговли, общественного питания и бытовых услуг в Калужской области” [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/972200761>

38. История успеха и принципы работы «Додо пицца» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://moneymakerfactory.ru/spravochnik/istoriya-uspeha-dodo-pitstva/>

39. Практика тайного покупателя [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://kupi-franshizu.ru/>

40. Инвестируй в реальный бизнес «Додо» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dodoinvest.com/>

41. Блог команды «Додо пицца» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sila-uma.ru/2017/02/08/itogi-2016/>

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/diplomnaya-rabota/24979>