

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/kursovaya-rabota/379657>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Менеджмент

Введение 4

1 Теоретические аспекты оценки и направления повышения конкурентоспособности предприятия 6

1.1 Сущность конкурентоспособности предприятия 6

1.2 Факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособности предприятия 9

1.3 Показатели, используемые для оценки конкурентоспособности предприятия 11

1.4 Пути повышения конкурентоспособности предприятия 16

Выводы по главе 1 18

2. Анализ конкурентоспособности ПАО НК «Роснефть» 19

2.1 Организационно-экономическая характеристика объекта исследования - ПАО НК «Роснефть» 19

2.2 Ключевые экономические показатели деятельности ПАО НК «Роснефть» 21

2.3 Анализ показателей, характеризующих конкурентоспособности ПАО НК «Роснефть» 22

2.4 SWOT-анализ сильных и слабых сторон в конкурентоспособности ПАО НК «Роснефть» 24

Выводы по главе 2 27

3. Разработка стратегии повышения конкурентоспособности ПАО НК «Роснефть» 28

3.1 Мероприятия по повышению конкурентоспособности ПАО НК «Роснефть» 28

3.2 Сравнительный анализ ключевых экономических показателей деятельности ПАО НК «Роснефть» до и после внедрения мероприятий по повышению конкурентоспособности 30

Выводы по главе 3 30

Заключение 30

Список использованных источников 31

Введение

Актуальность работы. Трансформация России в открытую экономическую систему, гарантирующую право иностранным конкурентам свободно входить на ее рынок, и стремление к устойчивым производителям на мировом рынке требуют тщательного анализа вопросов, связанных с повышением конкурентоспособности товаров и услуг компании. Таким образом, развитие теории и практики конкурентоспособности носит не только теоретический, но и практический характер.

В настоящее время конкуренция в России усиливается, поэтому руководители компаний постоянно ищут новые инструменты управления бизнесом (применимые к конкурентным условиям) и рычаги повышения конкурентоспособности.

В этом смысле становится очень важным изучить возможности нефтяных компаний разрабатывать и применять новые методы управления и технологии для обеспечения эффективной предпринимательской деятельности и повышения конкурентоспособности на рынке товаров и услуг.

Объект исследования: ПАО НК «Роснефть».

Предмет исследования: разработка стратегии с целью повышения конкурентоспособности организации на рынке.

Цель исследования: проанализировать особенности разработки стратегии с целью повышения конкурентоспособности ПАО НК «Роснефть» на рынке. Исходя из цели работы, выделим ключевые задачи, которые предстоит решить:

1. Раскрыть сущность конкурентоспособности предприятия ;
2. Изучить факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособности предприятия;
3. Рассмотреть показатели, используемые для оценки конкурентоспособности предприятия;
4. Разработать пути повышения конкурентоспособности;
5. Дать организационно-экономическую характеристику объекта исследования - ПАО НК «Роснефть»;
6. Изучить ключевые экономические показатели деятельности ПАО НК «Роснефть»;
7. Провести анализ показателей, характеризующих конкурентоспособности ПАО НК «Роснефть»;
8. Привести SWOT-анализ сильных и слабых сторон в конкурентоспособности ПАО НК «Роснефть» ;

9. Разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности ПАО НК «Роснефть»;

10. Привести сравнительный анализ ключевых экономических показателей деятельности ПАО НК «Роснефть» до и после внедрения мероприятий по повышению конкурентоспособности.

Методы исследования: анализ, синтез, сравнение, дедукция, исторический подход, наблюдение.

Теоретическая и практическая значимость исследования состоит в том, что оно может быть использовано в курсовых, диссертационных и научных работах по схожей проблематике.

Структура. Курсовая работа включает введение, две главы, заключение и список литературы.

1 Теоретические аспекты оценки и направления повышения конкурентоспособности предприятия

1.1 Сущность конкурентоспособности предприятия

Заинтересованность компании в результатах своей деятельности усилила необходимость повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции, что требует улучшения работы всех служб и секторов хозяйствующих субъектов. Конкурентоспособность - важнейший фактор обеспечения безопасности объекта, то есть его выживания и последующего эффективного развития в «суровых условиях реальности» .

В настоящее время не существует единого определения понятия «конкурентоспособность». Основными факторами, определяющими возможность множественных интерпретаций этого понятия, являются различные позиции экономистов и тот факт, что только одна компания, одна отрасль или вся экономика рассматривается в качестве производителя.

Конкурентоспособность - это свойство объекта, которое характеризуется фактическим или потенциальным удовлетворением конкретных потребностей по сравнению с аналогичными объектами на рынке.

Конкурентоспособность определяет способность выдерживать конкуренцию по сравнению с аналогичными объектами на данном рынке.

Конкурентоспособность компании - это относительная характеристика, которая выражает разницу между развитием компании и развитием конкурентоспособной компании в степени удовлетворения потребностей людей. Конкурентоспособность компании характеризуется ее возможностями и динамикой адаптации к условиям рыночной конкуренции.

Компания придает большое значение анализу своих сильных и слабых сторон с целью оценки реальных конкурентных возможностей и формулирования мер и средств, с помощью которых компания может повысить свою конкурентоспособность и обеспечить свой успех. В процессе исследования рынка для оценки конкурентоспособности компании используются некоторые числовые показатели. Эти показатели свидетельствуют о степени устойчивости статуса компании .

Для промышленно развитых стран важность рынка рекомендуется принимать равной 1,0, для остальных стран -0,7, а для внутреннего рынка -0,5.

Организационные мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности компании, можно упростить следующим образом:

а) определить возможные модификации продукта путем улучшения качественных характеристик, таких как долговечность, надежность, экономичная эксплуатация и улучшенный внешний вид;

б) адаптировать изделие для работы в различных условиях: тропическом или полярном климате, на различных почвах (каменистых, песчаных, болотистых).

Углубленное исследование и анализ бизнес-возможностей является одним из важнейших компонентов комплексного анализа рынка. Конкурентный анализ позволяет оценить сильные и слабые стороны конкурентов на конкретном рынке и реализовать эффективные стратегии для увеличения конкурентных преимуществ компании. Компании, которые продают аналогичные продукты в том же географическом регионе или заменяют собственные продукты компании, являются прямыми конкурентами .

Компании, которые предоставляют разнородные продукты или заменители, связанные с продуктами или услугами, считаются косвенными конкурентами. Другими словами, косвенная конкуренция будет удовлетворять потребности клиентов в конкретном продукте или услуге, хотя используемый продукт или услуга могут отличаться от продукта или услуги, производимых компанией. Если компания имеет схожие продукты и каналы сбыта, но предпочитает работать в разных сегментах рынка, она не является прямым конкурентом.

Однако важно уделять пристальное внимание маркетинговой деятельности компании, поскольку она в любой момент может принять решение о выходе на определенный сегмент рынка. Поэтому в настоящее время всесторонний конкурентный анализ является важной частью работы каждой компании, которая

необходима для достижения и поддержания конкурентного преимущества .

В будущем это поможет выйти на целевой рынок и продавать на нем. Углубленный анализ конкуренции позволит: понять, как нынешние и потенциальные клиенты оценивают конкуренцию; активно выявлять сильные и слабые стороны конкурентов; разрабатывать эффективные конкурентные стратегии на целевом рынке.

Мониторинг конкуренции помогает компаниям прогнозировать изменения на рынке, выявлять новые тенденции и успешные стратегии, а также сохранять лидерство на рынке. Конкурентный анализ - это область стратегических исследований, которая специализируется на сборе и анализе информации о конкурирующих компаниях. Это важная стратегия для определения того, что делают конкуренты и какую угрозу они представляют для их финансового положения.

Однако в каждой конкретной ситуации экономические факторы в разной степени влияют на конкурентоспособность хозяйствующего субъекта, поэтому сознательное установление единых весовых коэффициентов для всех предприятий нецелесообразно.

1.2 Факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособности предприятия

Организационные мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности предприятия, можно свести к следующему:

- а) выявление возможных модификаций изделия путем улучшения качественных характеристик, таких как долговечность, надежность, экономичность в эксплуатации, улучшение внешнего вида;
- б) адаптация изделий к работе в различных условиях: тропическом или полярном климате, на различных почвах.

Приведем общие факторы на рисунке 1.1.

Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 08.12.2020).
3. «Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации (новая редакция)» (утв. Правительством РФ 14.05.2015).

Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 2020).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 08.12.2020).
3. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ (последняя редакция).
4. Беленов, О. Н. Конкурентоспособность и ее роль / О.Н. Беленов. - М.: КноРус, 2021. - 205 с.
5. Беленов, О. Н. Конкурентоспособность товаров и услуг организации / О.Н. Беленов. - М.: КноРус, 2019. - 144 с.
6. Березин, А. Инновационно-инструментальный механизм повышения конкурентоспособности / А. Березин. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2021. - 156 с.
7. Бондаренко, С. И. Конкурентоспособность продукции фармацевтической компании России: монография / С.И. Бондаренко. - М.: Научная книга, 2019. - 104 с.
8. Волкова, Н. Конкурентоспособность предпринимательских структур / Н. Волкова. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2021. - 176 с.
9. Головачев, А. С. Конкурентоспособность аптеки / А.С. Головачев. - М.: Вышэйшая школа, 2020. - 907 с.
10. Данилов, И. П. Конкурентоспособность товаров и услуг организаций России // Вестник «Теоретические основы и методология». - 2019. - С. 320-368.
11. Квасникова, В. В. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум / В.В. Квасникова. - М.: Инфра-М, Новое знание, 2022. - 192 с.
12. Кони́на, Н.Ю. Конкурентоспособность фирмы / Н.Ю. Кони́на. - М.: Проспект, 2019. - 419 с.
13. Крупорницкая, И. А. Конкурентоспособность аптечной организации в условиях глобализации: монография / И.А. Крупорницкая. - М.: Наука, 2021. - 348 с.
14. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг / И.М. Лифиц. - М.: Высшее образование, Юрайт, 2021. - 464 с.
15. Осадчук, Е. В. Конкурентоспособность в Интернете // Вестник «Как сделать свой проект успешным». - 2022. - С. 112-152.

16. Парамонова, Т. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли: монография / Т. Парамонова. - М.: КноРус, 2021. - 664 с.
17. Подосинников, С. Конкурентоспособность продукции предприятия / С. Подосинников. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2019. - 308 с.
18. Попова, А. Конкурентоспособность инновационной продукции / А. Попова. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2019. - 128 с.
19. Рубин, Ю. Б. Качество и конкурентоспособность продукции / Ю.Б. Рубин. - М.: Московская Финансово-Промышленная Академия, 2019. - 448 с.
20. Фатхутдинов, Р. А. Конкуренция среди организаций / Р.А. Фатхутдинов. - М.: Стандарты и качество, 2021. - 464 с.
- 21 Портал статистических данных EuroStat. Электронный источник:
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>
22. Федеральная служба государственной статистики. Электронный источник: <http://www.gks.ru/>
23. База данных Международного Валютного Фонда. Электронный источник:
<http://www.imf.org/external/russian/>

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/kursovaya-rabota/379657>