

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/51639>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Менеджмент

ВВЕДЕНИЕ 3

Глава 1. Теоретические основы и экономическая сущность конкурентоспособности предприятия 5

1.1 Понятие и экономическая сущность конкурентоспособности предприятий 5

1.2 Основные факторы и методы анализа конкурентоспособности предприятия 10

1.3 Подходы к формированию стратегии повышения конкурентоспособности предприятия 18

Глава 2. Анализ конкурентоспособности предприятия на примере ООО «СЕМЬ ЧУДЕС» 25

2.1 Общая характеристика деятельности предприятия 25

2.2 Анализ конкурентоспособности ООО «Семь чудес» 30

Глава 3. Рекомендации по улучшению конкурентоспособности предприятия ООО «СЕМЬ ЧУДЕС» 44

3.1 Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятия 44

3.2 Оценка экономической эффективности предложенных мероприятий 53

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 58

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 61

ВВЕДЕНИЕ

В современных экономических условиях хозяйствования конкурентоспособность предприятия – это главный фактор, обеспечивающий выживание компании на рынке и достижение хороших экономических результатов.

Конкурентоспособность предприятий можно определить как возможность компании стабильно производить и реализовывать свою продукцию в течение долгого времени, поскольку она пользуется стабильным спросом у потребителей.

Актуальность темы заключается в том, что стремление предприятий к реализации поставленных задач основывается на возможности получения и удерживания конкурентных преимуществ, то есть уметь соревноваться с аналогичными предприятиями. При этом данные конкурентные преимущества базируются на более высоком уровне эффективности текущего функционирования фирмы. Поэтому все предприятия стремятся непосредственно повышать уровень своей конкурентоспособности.

Предметом работы является конкурентоспособность предприятия.

Объект работы – ООО «Семь чудес».

Целью работы выступает анализ уровня конкурентоспособности гостиничного предприятия и его конкурентной стратегии, которая влияет на результативность функционирования отеля на рынке.

В связи с этой целью ставится ряд задач:

- дать понятие термину «конкурентоспособность»,
- выявить факторы конкурентоспособности,
- исследовать подходы к оценке конкурентоспособности предприятий,
- изучить уровень конкурентоспособности предприятия ООО «Семь чудес»,
- дать рекомендации для повышения конкурентоспособности предприятия.

Работа состоит из трех основных частей, в которых анализируются теоретические основы конкурентоспособности предприятий, проводится анализ конкурентоспособности на примере ООО «Семь чудес» и даются рекомендации для ее повышения в будущем.

Методической базой исследования послужили такие методы, как анализ (экономических показателей деятельности ООО «Семь чудес»), сравнение (подходов к оценке конкурентоспособности).

Теоретической базой работы послужили исследования современных авторов в области изучения факторов конкурентоспособности предприятия, официальные данные компании «Семь чудес», Глава 1.

Теоретические основы и экономическая сущность конкурентоспособности предприятия

1.1 Понятие и экономическая сущность конкурентоспособности предприятий

Конкурентоспособность предприятия – понятие, которое требует серьезного анализа. Многие бизнесмены, давно работающие на рынке, уже испробовали разнообразные методы работы, направленные на расширение и стабилизацию бизнеса. Среди таких действий надо обязательно выделить повышение собственной конкурентоспособности. Процесс этот не является простым, но при этом очень эффективным. Именно поэтому важно изучить основные подходы к разработке мероприятий по увеличению конкурентных преимуществ фирмы.

Опишем общую схему и подходы к изучению конкурентоспособности предприятий.

Конкуренция в рыночной экономике начинается с выяснения конкурентоспособности своей компании, когда руководство отвечает на следующие вопросы [13].

- Вы продаете производимый товар по конкурентной цене?
- Ваши товары или услуги являются конкурентоспособными?
- Какие качества ваших товаров и услуг выделяют вас выгодно на рынке?
- Чем ваша фирма отличается от аналогичных конкурентных фирм?
- Каковы ваши преимущества?
- Назовите преимущества и недостатки вашей компании.
- Какие услуги вы прилагаете к вашему товару в качестве дополнительного обслуживания, которых нет у аналогичных компаний?

Мониторинг конкурентов начинается со сбора информации. Для этого используется личное посещение компаний-конкурентов в качестве покупателя, или приглашается для этого сотрудник. Также осуществляется поиск сведений в интернете, в прессе. Всю собранную информацию анализируют, вырабатывают программу действий по опережению конкурентов.

После первичной работы углубляются сведения: исследуется как можно больше сайтов конкурентов, расположенных по стране, по миру. Изучается, как устроены эти компании, какие у них принципы, философии, какие новинки они внедряют, какие дополнительные услуги оказывают и пр.

Рис. 1.1 – Понятие конкурентоспособности предприятия [28]

Обозначаются основные разделы оценки конкурентоспособности:

- цена,
- услуги,
- первичный сервис,
- послепродажное обслуживание,
- устройство компании,
- качество товара,
- возраст компании-конкурента,
- удобство места расположения компании и пр.

Таким образом, начало изучения конкурентоспособности осуществляется через сбор полной и правдивой информации о конкурентах. И только потом предприятие обдумывает, а что надо сделать, чтобы компания догнала конкурентов и опередила их.

Любое предприятие является целостной системой, сущность которой заключается не в элементах, а в характере связей и взаимоотношений между этими элементами. Характер данных связей позволяет определять потенциальные основания и критерии конкурентоспособности предприятий во внешней среде. Установлено, что таким критерием является прочность взаимоотношений между элементами, степень которой отражается в интенсивности соответствующих связей [12].

Так, организация производственных, энергетических и информационных систем на предприятиях является фактором определения степени их конкурентоспособности. Необходимо учитывать, что обособление компании от внешней среды представляет собой разрыв всех взаимоотношений между предприятием и внешней средой.

Исходя из этого, можно определить, что конкурентоспособность как свойство предприятия является результатом процессов их обособления в результате выделения из внешней среды.

Графическое изображение этого подхода к трактовке возможности выделения предприятия из внешней среды и осуществления его конкурентоспособности представлено на рисунке 1.2.

Рис.1.2 - Понятие предприятия как целостной системы [30]

Предприятие как целостная система, направленная на максимизацию прибыли, для достижения целей обладает способностью изменить текущие стратегии своей деятельности [23].

Рис.1.3 - Причины возникновения конкуренции между компаниями Подходы к понятию конкурентоспособности изображены в Таблице 1.1

Таблица 1.1 - Сравнительный анализ подходов к трактовке конкурентоспособности предприятия [14]

Отличительные черты подхода	Выделяемые факторы уровня	Следствия принятия подхода
1. Трактовка конкурентоспособности как характеристики факторов производства (потенциала), которыми располагает предприятие	Конкурентоспособность – это:	Ресурсы, методы организации деятельности и заключённые в них возможности, в совокупности формирующие потенциал предприятия
Отказывает в существовании конкурентоспособности предприятия как самостоятельного свойства, отождествляя его с потенциалом предприятия	Не указывает на целевой характер существования конкурентоспособности	Использование в трактовке факторов конкурентоспособности товара, цены, каналов распределения и коммуникаций согласно модели «4Р», разработанной Маккарти Дж.
Оценка уровня конкурентоспособности осуществляется только в факторной форме ее выражения	Рассматриваются только внутренние факторы уровня конкурентоспособности	
2. Трактовка конкурентоспособности предприятия как свойства (конкурентоспособности) его продукции	Конкурентоспособность – это:	Продукция с присущими ей качественными характеристиками и стоимостью
Отказывает в существовании конкурентоспособности предприятия как самостоятельного свойства, отождествляя его с конкурентоспособностью продукции	Качественные и стоимостные характеристики продукции предприятия в своей совокупности трактуются как ее конкурентоспособность	Оценка уровня конкурентоспособности осуществляется в факторной и результативной формах ее выражения

Таким образом, в целом можно определить, что конкурентоспособность предприятий – это их способность стабильно в течение продолжительного периода времени производить и реализовывать продукцию, пользующуюся устойчивым спросом среди различных потребителей.

1.2 Основные факторы и методы анализа конкурентоспособности предприятия

Основным фактором, влияющим на потенциал конкурентоспособности предприятий, является конкуренция на рынке.

Соперничество между различными хозяйствующими субъектами на рынке именуется конкуренцией. Благодаря конкуренции предприниматели стремятся предложить покупателям более качественную и совершенную продукцию или услуги, чем у других конкурентов. Пользу от конкуренции ощущают и производители, и потребители. У нее есть и отрицательные стороны [9]. Конкуренция усиливает стихийность и нестабильность в экономике. Из-за данного рыночного явления слабые компании исчезают, а сильные усиливают свои позиции в отрасли.

Рыночная конкуренция и ее виды обладают следующими функциями [10]:

- выявлением или установлением рыночной стоимости продукции;
- распределением прибыли, исходя из затрат труда, выравниванием индивидуальных стоимостей;
- регулированием перелива денежных средств между различными отраслями.

Существуют различные виды конкуренции.

В зависимости от исполнения предпосылок конкурентного рыночного равновесия выделяют два вида конкуренции [15]:

- совершенную;
- несовершенную.

Конкуренция совершенного типа – борьба на рынке, на котором присутствует огромное количество продавцов и потребителей. Каждый из них занимает маленькую рыночную долю и не может устанавливать

собственные условия покупки и продажи продукции, услуг.

Не всегда возможна на рынке совершенная конкуренция. Иногда у отдельных производителей есть возможность контролировать ценовой уровень. Такая конкуренция именуется несовершенной. Ее разновидностями являются монополистическая конкуренция, монополия, а также олигополия.

По масштабам развития выделяют 6 видов конкуренции [15]:

- индивидуальную;
- местную;
- отраслевую;
- межотраслевую;
- национальную;
- глобальную.

По характеру развития выделяют ценовую и неценовую конкуренции. Ценовая разновидность представляет собой борьбу, проводимую за счет понижения цен. При неценовой конкуренции производители совершенствуют свою продукцию, меняют оформление, пытаются привлечь внимание потребителей упаковкой и т. д.

Чтобы выжить в условиях жестокой конкуренции и иметь возможность поставлять то, что хотят иметь потребители, компания должна сделать так, чтобы все эти виды деятельности были взаимосвязаны друг с другом, соединены в так называемую цепочку создания ценности — даже несмотря на то, что некоторые из них ведутся за пределами организации.

Рис.1.4 - Факторы конкурентоспособности предприятия [31]

Слабость в любом, даже одном-единственном из этих звеньев негативно скажется на прочности всей цепочки в целом и, как следствие, на конкурентоспособности фирмы.

Задача заключается в том, чтобы выбрать правильную стратегию и сделать это в подходящее время. На эти три родовые стратегии оказывают воздействие пять конкурентных факторов (пять сил — по Майклу Портеру) [16]:

- рыночная власть потребителей, то есть их способность влиять на цены и снижать торговые наценки;
- рыночная власть поставщиков, то есть их способность влиять на ценообразование организации;
- угроза появления продуктов-заменителей, ограничивающих рыночную свободу и сбивающих цену, а, следовательно, уменьшающих прибыль;
- угроза от существующих конкурентов, которые заставляют организацию увеличивать инвестиции в маркетинг и исследования и таким образом снижают прибыль;
- угроза появления на рынке новичков, что ведет к усилению конкуренции и оказывает дополнительное негативное влияние на цены и прибыльность.

Таким образом, учет основных факторов, влияющих на конкурентоспособность компании, является основным залогом успешности в конкурентной борьбе.

Основными методами, применяемыми в оценку конкурентоспособности предприятия, можно назвать следующие [20]:

- 1.SWOT – анализ;
- 2.PEST – анализ;
- 3.Анализ пяти сил Портера.

Рассмотрим более подробно каждый из этих аналитических методов.

SWOT- анализ – это метод стратегического планирования предприятия, который может применяться к любым проектам по улучшению бизнес – процессов на предприятии. С помощью этого метода рассматриваются основные факторы, влияющие на объект бизнес – анализа. В основе этого аналитического подхода анализируются сильные стороны проекта или бизнес – процесса (Strengths), его слабые стороны (Weaknesses), возможности развития или решения проблемы (Opportunities) и угрозы по внедрению его на практику (Threats).

Термин SWOT-анализ был предложен аналитиком Гарварда Кеннетом Эндрюсом в 1963 г. на конференции, посвященной проблемам бизнес – политики предприятия. Позднее в 1965 г. SWOT-анализ был применен для разработки стратегии поведения фирмы на рынке.

Сильные и слабые стороны аналитического проекта относятся к внутренним факторам конкурентоспособности, возможности и угрозы зависят от внешних условий, которые помогают либо

мешают достичь поставленных целей компании.

Нормативные правовые акты

1. Гражданский Кодекс РФ (глава 4)// "Российская газета", N 238-239, 08.12.1994.
2. Федеральный закон от 14.11.2002 N 161-ФЗ (ред. от 23.11.2015) "О государственных и муниципальных унитарных предприятиях"

Книги

3. Бариленко, В. И. Основы бизнес - анализа: учебное пособие. / под ред. В. И. Бариленко. - М.: КНОРУС, 2014. - 272 с.
4. Васильева, Л.С. Финансовый анализ/ Л.С. Васильева. - М.: КноРус, 2017. - 804 с.
5. Веснин, В. Р. Управление персоналом. Теория и практика: учебник / В. Р. Веснин. - М.: Проспект, 2016. - 688 с.
6. Гутова, А.Б. Управление денежными потоками: теоретические аспекты// Финансовый менеджмент. - 2014. - №4. - С.50-87
7. Елиферов, В. Г. Бизнес - процессы: регламентация и управление/ В.Г. Елиферов. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 386 с.
8. Ермасов, С.В., Ермасова Н.Б. Финансовый менеджмент: учебное пособие/ С.В. Ермасов. - М.: Юрайт, 2014. - 621 с.
9. Забелина, О.В. Финансовый менеджмент: Учеб. пособие / О.В. Забелина, Г.Л. Толкаченко. - М.: Экзамен, 2014. - 224 с.
10. Зудина, Л.А. Организация управленческого труда. Учебное пособие/ Л.А. Зудина. - М.: Инфра-М, 2014. - 546 с.
11. Кибанов, А. Я. Основы управления предприятием: Учебник / А. Я. Кибанов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 447 с.
12. Лапуста, М.Г. Финансы предприятий/ М.Г. Лапуста. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 585 с.
13. Ларионова, И.К. Стратегическое управление/ И.К. Ларионова. - М.: Дашков и К, 2014. - 274 с.
14. Магданов, П.В. Система управления организацией: понятие и определение// ВЕСТНИК ОГУ. - 2012. - №8(144). - С.56 - 67.
15. Нечаев, Е.И. Организация производства и предпринимательской деятельности/ Е.И. Нечаев. - Краснодар: КубГАУ, 2013. - 266 с.
16. Поршневу, А.Г., Румянцеву, З.П. Управление организацией/ А. Г. Поршнев, З. П. Румянцеву, Н.А.Саломатин - М.: ИНФРА-М, 2012. - 375 с.
17. Радченко, Л.А. Организация производства на предприятиях/ Л.А. Радченко. - Ростов н/Д: Феникс, 2014. - 352 с.
18. Репин, В.В., Елиферов, В.Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов/ В.В. Репин. - М.: Манн, Иванов и Фабер, 2013. - 544 с.
19. Рофе, И.А. Экономика труда/ И.А. Рофе. - М.: Кнорус, 2013. - 224 с.
20. Сергеев, И.В. Экономика предприятий [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://uchebnik.biz>(дата обращения: 11.12.2018)
21. Теннент, Дж. Управление денежными потоками. Как не оказаться на мели/ Д. Теннент. - М.: Альпина Паблишер, 2014. - 585 с.
22. Терехин, В.И., Моисеев С.В. Финансовое управление фирмой / В.И Терехин, С.В. Моисеев. - М.: Экономика, 2012. - 350 с.
23. Фищенко, К. С. Оценка эффективности работы персонала// Актуальные вопросы экономики и управления: материалы междунар. науч. конф.— М.: РИОР, 2015. — 70 с.
24. Черногорский, С.А. Основы финансового анализа/ С.А. Черногорский. - М.: Герда, 2013. - 176 с.
25. Чечевицына, Л.Н., Чуев, И.Н.. Экономика фирмы: Учебное пособие для студентов вузов/ Л.Н. Чечевицына. - Ростов н/Д: Феникс, 2013. - 400 с.
26. Чуев, И.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности/ И.Н. Чуев. - М.: Дашков и К, 2013. - 367 с.
27. Шипунов, В.Г., Кишкель, Е.Н. Основы управленческой деятельности/ В.Г. Шипунов. - М.: Инфра-М, 2010. - 504 с.

Электронные ресурсы

28. Институт менеджмента, инноваций и бизнес – анализа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.refa.de/home> (дата обращения: 22.12.2018)
29. Все об организации труда в компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.jobgrade.ru/> (дата обращения: 29.12.2018)
30. Библиотека по менеджменту [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inventech.ru> (дата обращения: 27.12.2018)
31. Управление предприятием [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://consulting.1c.ru> (дата обращения: 12.12.2018)
32. Институт управления бизнесом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://investobserver.info> (дата обращения: 2.01.2019)
33. Экономический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://institutiones.com/> (дата обращения: 12.01.2019)
34. Сообщество HR менеджеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hr-portal.ru/> (дата обращения: 13.01.2019)
35. Журнал «Финансовый директор» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fd.ru/> (дата обращения: 1.01.2019)
36. Финансы и кредит [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fin-izdat.ru> (дата обращения: 12.01.2019)
37. Финансовый менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.finman.ru> (дата обращения: 7.01.2019)
38. Журнал «Управленческий учет» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.upruchet.ru> (дата обращения: 6.01.2019)
39. Журнал «Финансовый вестник» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: finance-journal.ru (дата обращения: 2.01.2019)
40. Материалы компании ООО «Семь чудес»
41. Гостиница «Барнаул» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://barnaulhotel.ru/> (дата обращения: 18.01.2019)
42. Гостиница «Центральная» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hotelcentral.ru/> (дата обращения: 20.01.2019)
43. Гостиница «Алтай» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://altay.ruhotel.su/> (дата обращения: 21.01.2019)
44. Журнал «Гостиничное дело» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://panor.ru/magazines/gostinichnoe-delo.html> (дата обращения: 22.01.2019)
45. Гостиничное дело [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dw6.ru/> (дата обращения: 10.01.2019)

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/51639>