

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
учреждение высшего образования
САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО

Кафедра финансов и кредита

**«Повышение конкурентоспособности предприятия за счет
совершенствования инвестиционной деятельности»
(на примере ООО «Майбокс»»)**

АВТОРЕФЕРАТ
БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 5 курса 562 группы
Направления 38.03.01 «Экономика»
профиль «Финансы и кредит»
экономического факультета
Бочкаревой Дарьи Владимировны

Научный руководитель
д.э.н., проф.

подпись, дата

Жадан И.Э.
ф.и.о.

Зав. кафедрой
к.э.н., доцент

подпись, дата

Балаш О.С.
ф.и.о.

Саратов

2017

Введение

Конкуренция является необходимым и важнейшим элементом рыночного механизма, но ее формы далеко не одинаковы на различных рынках и в различных рыночных ситуациях.

Создание конкурентной среды – важнейшее условие функционирования рыночной экономики. В начале 90-х годов Россия взяла твердый курс на построение рыночного хозяйства, отказ от государственной монополии и развитие конкуренции. Однако в течение уже 10 лет Россия сталкивалась и продолжает сталкиваться с серьезными проблемами в создании конкурентной среды.

Таким образом, вопросы конкуренции имеют сегодня большую актуальность как на макроэкономическом, так и на микроэкономическом уровне.

Тема выпускной квалификационной работы является очень актуальной в наше время, так как управление хозяйственной деятельностью на многих предприятиях совершенно противоречит их миссии и целям. Все это отрицательно сказывается на финансовой деятельности предприятия и препятствует расширению и улучшению всей деятельности организации. Следовательно, необходимо постоянно анализировать свою деятельность и корректировать ее на основе выявленных недостатков. Это, несомненно, поможет свободно ориентироваться на рынках сбыта и обладать конкурентными преимуществами среди других предприятий.

Целью выпускной квалификационной работы является анализ конкурентных преимуществ функционирования ресторана в условиях рыночной системы.

Задачами дипломной работы является:

- рассмотреть понятие конкурентоспособности: определить ее сущность и методы её оценки;
- определить факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия;

- дать общую организационно-правовую и финансово-экономическую характеристику предприятия ООО «Майбокс»;
- определить оценку инвестиционной привлекательности предприятия
- разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности ООО «Майбокс»

Объект выпускной квалификационной работы – хозяйственная деятельность ООО «Майбокс».

Предмет – конкурентные и инвестиционные преимущества предприятия ООО «Майбокс».

Теоретические основы и проблемы по вопросам конкурентоспособности предприятий исследованы такими отечественными авторами, как Ахматова М., Баканов М.И., Волонцевич Е.Ф., Грибов В.Д., Дымкина А. А., Егорова Н.Е., Иванов А., Иванова Г.Я., Калинина О.В., Кондратьев В., Кормнов Ю., Кузнецов Ю.

Особенности конкурентоспособности отдельных малых предприятий исследованы такими авторами Лапушта М.Г., Егорова Н.Е., Макаренко Т.Д., Лескова Т.М., Лосева Т.Н., Саркисян Л.Ю. Скрипкин К.И. и другими.

Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности малых предприятий присутствует в работах таких авторов как Шулус А.П., Фатхутдинов Р.А. Ершова Ю.С

Информационную базу исследования составляют нормативно-правовые акты, учебная и научная литература, публикации в периодических изданиях, средства Интернет.

Дипломная работа состоит из трех глав, шести параграфов, введения, заключения, списка использованных источников. В список использованных источников входит 44 наименований. Дипломная работа изложена на 74 страницах.

Основное содержание работы

На современном этапе экономического развития проблема конкурентоспособности занимает центральное место в экономической политике государства. Создание конкурентных преимуществ перед соперником становится стратегическим направлением деятельности государства и его органов в области обеспечения конкурентоспособности национальной экономики. При этом повышение конкурентоспособности касается всех уровней ее иерархии: продукции (товаров и услуг), предприятия, отрасли, региона и страны в целом, но особую важность приобретает конкурентоспособность предприятия как основного звена экономики. Несмотря на большое количество факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, все же основным и определяющим из них остается его способность производить конкурентоспособную продукцию и создавать условия для ее продвижения на рынок.

Конкуренция – это эффективный и доступный метод экономического контроля, так как стоит обществу минимальных затрат. Такой контроль мотивирует производителя сокращать издержки и цены, увеличивать объем сбыта, конкурировать за заказы и потребителя, повышать качество продукции.¹

Зачастую кризис в экономике приводит к активизации менеджеров организаций по поиску эффективных и антикризисных решений. Текущие тенденции и повышают риски для предприятия при принятии не эффективных или ошибочных управленческих решений. В этом случае для принятия правильного управленческого решения и минимизации рисков необходимо измерять конкурентоспособность. Снижение рисков предприятия закладывается на стадии измерения конкурентоспособности и разработки путей ее повышения.

¹ Кондратьев В. Теоретические аспекты конкурентоспособности / В. Кондратьев // Власть. - 2015. - №2. - С. 88.

Мировой финансовый кризис существенно сказался на многих отраслях экономики России. Это можно наблюдать в многочисленных компаниях, которые столкнулись в это время с сокращением своих сотрудников, с трудностями в оформлении новых кредитов, с повышенными ставками или с требованием банков долгосрочного погашения ранее выданных кредитов, а также с сокращением производства и многим другим. Кризис не обошел стороной и индустрию питания. Уже сейчас наблюдаются тенденции, не обратив на которые должного внимания, могут привести к неблагоприятным последствиям, как для отдельных предприятий, так и для всей отрасли в целом. Пока до сих пор не ясны до конца масштабы влияния кризиса и его последствия для ресторанного бизнеса.²

Если говорить о состоянии рынка ресторанного бизнеса, то необходимо отметить, что рынок услуг, а именно ресторанный рынок, непосредственно зависит от общих экономических показателей, и основными причинами банкротства на сегодняшний день являются: нехватка средств, неэффективное управление, а также снижение темпов роста доходов населения, т. е. снижение их платёжеспособности.

Отметим тот факт, что темпы роста дохода населения в 2014 г. фактически упали до 0,5%.³ Так как этот показатель является источником роста рынка общественного питания, его значение существенно повлияло на состояние всего рынка. Вместе с этим кредитная задолженность населения продолжает расти, это говорит о том, что население не имеет свободных денег, а если и имеет, то старается сберечь.

Рассматривая рынок общепита в целом, следует понимать, что российский рынок пока не развит так, как она развит в европейских странах и США. Следовательно, он имеет высокий потенциал развития в будущем. В России общие затраты на питание вне дома составляют 11,5%, когда в

² Миронов В. Экономический рост и конкурентоспособность промышленности / В. Миронов // Вопросы экономики. - 2016. - №3. – С. 153.

³ Кучер Л.С. Ресторанный бизнес в России: технология успеха / Л.С. Кучер. - М. : РосКонсульт, 2015. – С. 101.

США – 47%. Также в нашей стране мы можем наблюдать географический перекоп. Это можно наглядно увидеть на примере сетевых ресторанов нашей страны. 44,7% сетевых ресторанов находятся в Москве и Санкт-Петербурге, где проживает 11,8% всего населения страны (рис. 1). Как мы видим, почти половина сетевых ресторанов обеспечивают лишь около 12% жителей России.⁴

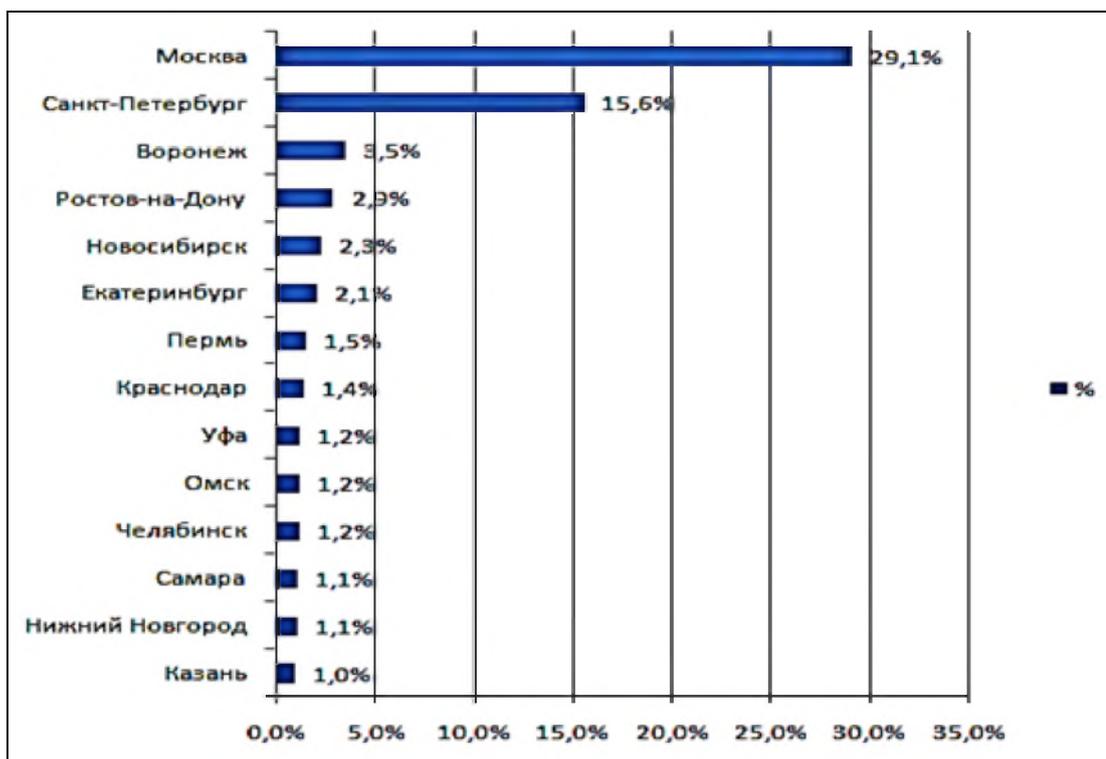


Рисунок 1 - Географическое расположение сетевых ресторанов

Рынок общепита на сегодняшний день всё больше заполняется сетевыми ресторанами. С начала 2016 года до конца апреля 2017-го на российском рынке появилось около 20 новых ресторанных сетей. В 2014 году, в целом, было зафиксировано 473 основных сетей, численность ресторанов в которых составляет 12 971 единиц.⁵

Следует отметить, что такой сегмент рынка общепита, как фаст-фуд – является сегодня основным двигателем российского сетевого рынка. Он показывает наиболее высокие темпы развития, на его долю приходится

⁴ Рувинский, В. Ресторанные сети перестают открывать новые заведения / В.Рувинский: [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.SmartMoney.ru>. (Дата обращения: 04.05.2017).

⁵ Рувинский, В. Ресторанные сети перестают открывать новые заведения / В.Рувинский: [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.SmartMoney.ru>. (Дата обращения: 04.05.2017).

47,5% всех открытых заведений рассматриваемого формата (рис. 2). В России с марта 2013 года по апрель 2014-го было открыто около 1500 новых ресторанов, среди которых 727 являются заведениями быстрого питания. Это объясняется тем, что россияне сегодня всё больше стремятся к экономии и снижению затрат, в том числе и на питание вне дома.

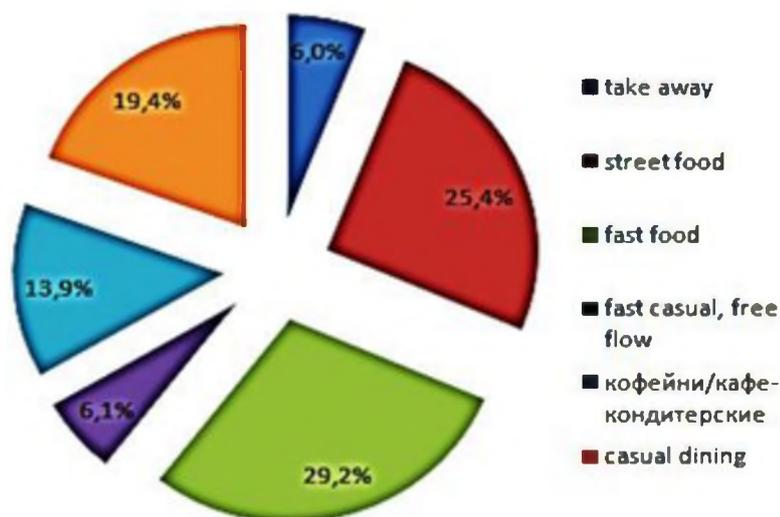


Рисунок 4 - Структура сетевого рынка общественного питания в зависимости от формата заведений⁶

В заключение из вышерассмотренных аспектов можно сказать следующее. Кризис на данный момент времени еще не в полной мере коснулся ресторанного бизнеса, поэтому для минимизации потерь есть ещё время подумать и предпринять соответствующие меры. Есть необходимость ответственно и осторожно относиться к вопросам ведения бизнеса. Не ясен общий уровень спада экономики, и очень многое зависит от различных факторов, которые сложно спрогнозировать.

Далее следует перейти к анализу ресторана «Майбокс». За прошедшие годы ресторан приобрел большую популярность в городе Саратов. С момента открытия и до настоящего времени ресторан старается поддерживать достойный уровень обслуживания с неизменно высоким качеством приготавливаемых блюд.

⁶ Кучер Л.С. Ресторанный бизнес в России: технология успеха / Л.С. Кучер. - М. : РосКонсульт, 2015. – С. 136.

Накопленный опыт показали необходимость перейти в принципиально новый формат общепита. Так родилась идея организовать службу доставки «Майбокс».

В «Майбоксе» также можно сделать предварительный заказ на определенное время, и в назначенный час унести с собой домой, в офис или на пикник свежеприготовленные блюда.

Проект под названием «Сайбокс» организован для приобщения покупателей к здоровой, экологически чистой кухне.

Деятельность предприятия регулируется Конституцией РФ, ФЗ РФ «Об акционерных обществах», ФЗ РФ "О защите прав потребителей", Уставом предприятия, а также другими нормативными документами и законодательными актами. Предприятие является самостоятельным хозяйственным объектом с правами и обязанностями юридического лица.

Предприятие действует на принципах полного хозяйственного расчета, самофинансирования и самоокупаемости, обеспечивает социальное развитие и стимулирование работников за счет накопленных средств, несет полную ответственность за результаты собственной хозяйственной деятельности и выполнение возложенных на себя обязательств перед поставщиками и потребителями, бюджетом, банками, а также перед трудовым коллективом согласно действующего законодательства.

Целью создания ООО «Майбокс» является осуществление производственной деятельности, направленной на получение прибыли.

Для достижения своих целей ООО «Майбокс» выполняет следующую деятельность:

- осуществляет доставку готовых блюд на дом и в офисы по г. Саратов;
- осуществляет ресторанную деятельность;
- осуществляет организацию банкетов и фуршетов;
- осуществляет рекламную информацию, проводит рекламные мероприятия, участвует и организует выставки и ярмарки.

- осуществляет поиск потенциальных партнеров среди объединений, предприятий и организаций, находящихся на территории Российской Федерации, а также фирм, находящихся за ее пределами для налаживания прямых контактов между ними.

- осуществляет различные виды внешнеэкономической деятельности, включая экспортно-импортные, товарообменные (бартерные) с товарами народного потребления и услугами, неликвидами, вторичными ресурсами и т.д.

Если изучить финансовое состояние ООО «Майбокс» то стоит отметить что на начало 2016 года финансовое положение анализируемой организации можно расценивать как недостаточно устойчивое, на конец отчетного периода - финансовая ситуация более благоприятна.

Для эффективной работы ресторана «Майбокс» было разработано ряд мероприятий:

1. Повышение квалификации персонала;
2. Разработка рекламной продукции;
3. Участие в презентации;
4. Разработка и внедрение промо акций по системе biglion.

Квалификации обслуживании клиентов.

Расходы на мероприятие по повышению квалификации персонала, рассчитываются с периода внедрения данного мероприятия - со второго полугодия 2017г, поэтому составляют меньшую сумму 39300 руб., чем в 2018г- 72300 руб. и в 2019г- 77850 руб.

Расходы на разработку рекламной продукции Радио. Распределив расходы на разработку рекламной продукции, можно сделать вывод, что в 2017г сумма составит 173400 руб., так как помимо затрат на смс-рассылку, изготовления листовок и размещения на радио, понадобятся разовые затраты на изготовление и установку дорожных указателей. В 2018 г. ориентировочные расходы составят 125200 руб.

Расходы на участие в презентации Баннер изготовление монтаж и демонтаж Расходы на рекламные и информационные материалы: в 2017г – 39400 руб., в 2018г- 42200 руб., а в 2019г- 50000 руб.

Расходы на проведение промо акции по системе biglion Затраты на проведение промо акции составят: в 2017г 10500 руб., 2018г 12750 руб., а в 2019г 15000 руб.

Общий отток денежных средств на реализацию мероприятий, составляет: на 2017г- 262200 руб., на 2018г-252450 руб., на 2019г - 142850 руб.

Заключение

Чистая конкуренция, равно как и чистая монополия являются по своей сути скорее исключениями, а не правилом рынка. На любом рынке всегда присутствуют и олигополии, и элементы несовершенной конкуренции. Безусловно, действуют на рынках и монополии.

Стоит отметить, что «... отношение общественности и государства к различным формам несовершенной конкуренции всегда двойственно вследствие противоречивой роли монополии в экономике. С одной стороны, монополии ограничивают выпуск продукции и устанавливают более высокие цены в силу своего монопольного положения на рынке, что вызывает нерациональное распределение ресурсов и обуславливает усиление неравенства доходов. Монополия, безусловно, снижает жизненный уровень населения».

Однако с другой стороны, существуют достаточно весомые аргументы в пользу монополий, и направленные против совершенной конкуренции. Продукция монополистических компаний отличается достаточно высоким качеством, что и позволило этим фирмам завоевать господствующее положение на рынке. Монополизация в отличие от совершенной конкуренции воздействует на повышение эффективности производства: только крупная фирма на защищенном рынке обладает достаточными средствами для успешного проведения исследований и разработок.

Таким образом, равно как совершенная, так и несовершенная конкуренции имеют своих сторонников и противников, и играют существенную роль в различных отраслях современной экономики. Опыт развитых стран мира только лишний раз подтверждает это.

Создание конкурентной экономики открывает страну для интеграции в мировое сообщество, открывает каналы для притока иностранных инвестиций, для экспорта и импорта товаров. Иными словами, конкуренция способствует развитию взаимовыгодных внешнеэкономических связей.

Стоит заметить, что Россия обладает достаточным научно-производственным и кадровым потенциалом, богатейшими природными ресурсами (в четыре раза богаче США), чтобы разработать систему обеспечения конкурентоспособности страны, настойчиво и терпеливо, но неуклонно уходить с характерного для россиян 127 места в мире по конкурентоспособности. Если же в ближайшее время не начнется реальное создание условий для развития свободной конкуренции, для повышения конкурентоспособности России в целом, то вскоре можно будет ожидать еще большее снижение конкурентоспособности страны, а вместе с этим и дальнейшее снижение жизненного уровня населения, так как именно уровень развития конкуренции во многом определяет жизненный уровень населения каждой страны.

Развитие сферы малого предпринимательства способствует решению многих социально-экономических проблем, к которым относится создание среднего класса, снижение безработицы, формирование рациональной структуры экономики, рост доходной части бюджетов всех уровней и др. Стабильность экономики будет расти при увеличении количества предприятий малого бизнеса, а также числа занятых в этих предприятиях.

Конкурентоспособность малого предприятия – совокупная числовая характеристика, с ее помощью расцениваются достигнутые предприятием итоговые результаты ее деятельности в течение конкретного периода. Своего рода - это система элементов, предназначенных для выражения числовой оценки конкретного вида потенциала. Обеспечение конкурентоспособности предприятия зависит от приобретённых им некоторых преимуществ, при сравнении их с основными, действующими конкурентами, а значит: экономических, инвестиционных, имиджевых, финансовых и т. п.

В качестве объекта исследования был выбран ресторан ООО «Майбокс».

Основной вид деятельности ООО «Майбокс» является предоставление услуг населению.

Для повышения эффективной деятельности ресторана «Майбокс» необходимо разработать мероприятия, направленные на продвижение услуг с помощью стратегических программ по маркетингу и стимулированию потребителей.

В работе были определены затраты на реализацию предложенных мероприятий по совершенствованию эффективной деятельности предприятия ресторана «Майбокс».

Разработанные мероприятия:

1. Повышение квалификации персонала;
2. Разработка рекламной продукции;
3. Участие в презентации;
4. Разработка и внедрение промо акций по системе biglion.