

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО (СГУ)**

Кафедра менеджмента и маркетинга

АВТОРЕФЕРАТ

НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ БАКАЛАВРСКУЮ
РАБОТУ

**РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
(НА ПРИМЕРЕ ИП ЕМЕЛИНА Н.О.)**

студентки 4 курса 422 группы
направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
профиль подготовки «Менеджмент организации»
экономического факультета

Небогаткиной Татьяны Сергеевны

Научный руководитель

к.э.н., доцент

кафедры менеджмента и маркетинга

А.А. Лабунская

Зав. кафедрой

к.э.н., доцент

Л.И. Дорофеева

Саратов 2018

ВВЕДЕНИЕ. В рыночных условиях особое значение приобретает обеспечение конкурентоспособности предприятия. Задачи достижения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов не могут быть качественно решены без учета специфических особенностей развития каждой из отраслей народного хозяйства. Так, в розничной торговле потребительскими товарами в последние несколько лет отмечается усиление конкурентной борьбы, вызванное не только внутренними факторами развития торговли, но и активным проникновением на отечественный рынок зарубежных компаний. Решение проблемы обеспечения конкурентоспособности розничных торговых предприятий предполагает выработку мер по достижению и поддержанию конкурентных преимуществ на рынке товаров и услуг.

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью исследования как теоретико-методологических, так и практических аспектов формирования и разработки стратегии повышения конкурентоспособности торговых предприятий.

В экономической литературе под торговым предприятием понимается субъект предпринимательской деятельности, осуществляющий закупку, хранение и реализация потребителям товаров, соответствующих их разнообразным потребностям, на основе использования имущественного комплекса, организационной структуры с целью получения прибыли. Свою деятельность торговые предприятия осуществляют в жесткой конкурентной среде, поэтому эффективная конкурентная стратегия субъектов предпринимательства включает в себя наиболее полную информацию о состоянии рынка, характеристику основных конкурентов, оценку потенциала компании и выявление основных стратегических направлений развития компании.

В процессе коммерческой деятельности перед торговыми предприятиями возникают множество стратегических альтернатив, однако в итоге субъекты рынка выбирают лишь одну – наиболее эффективную

стратегию развития, способную обеспечить предприятию конкурентное преимущество в долгосрочной перспективе. Главным компонентом конкурентоспособности торгового предприятия является его операционная эффективность, поскольку рационально используя, имеющиеся ресурсы, торговое предприятие может оперативно среагировать на изменения рынка. Поэтому существенным условием экономического выживания в жесткой конкурентной среде служит разработка эффективной стратегии конкурентоспособности торгового предприятия, то есть повышение его способности удовлетворять спрос потребителей на рынке наиболее результативно по сравнению с конкурентами.

Таким образом, разработка конкурентной стратегии торгового предприятия является наиважнейшим аспектом стратегического управления.

В экономической литературе конкурентная стратегия рассматривается как совокупность принципов деятельности предприятия, с учетом его взаимосвязи с внешней и внутренней средой. Стратегия повышения конкурентоспособности всегда представляет собой план или программу действий предприятия, которые направлены на достижение стратегических целей и способствуют формированию конкурентных преимуществ торгового предприятия на рынке.

Однако лишь разработки стратегии повышения конкурентоспособности предприятия недостаточно. В процессе своей деятельности, с учетом изменений рынка, предприятия должны вносить коррективы в уже существующую стратегию. Наличие эффективной стратегии торгового предприятия служит фактором роста его конкурентоспособности.

Цель исследования состоит в разработке мероприятий по повышению конкурентоспособности торгового предприятия ИП Емелина Н.О.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

— рассмотреть теоретические основы повышения конкурентоспособности предприятия;

- дать общую характеристику деятельности ИП Емелина Н.О.;
- оценить конкурентоспособность ИП Емелина Н.О.;
- разработать рекомендации по повышению конкурентоспособности ИП Емелина Н.О.;
- рассчитать экономическую эффективность предлагаемых мероприятий по повышению конкурентоспособности ИП Емелина Н.О.

Объектом исследования является повышение конкурентоспособности деятельности ИП Емелина Н.О.

Предметом исследования являются отношения, возникающие по поводу повышения конкурентоспособности деятельности ИП Емелина Н.О.

Теоретической основой исследования явились научные труды следующих отечественных и зарубежных авторов в области стратегического управления, общего менеджмента, экономики предприятия: ИАнсофф, М. Армстронг, Т.Н. Бабич, И.А. Козьевой, Ю.В. Вертаковой, А.В. Гуковой, И.Д. Аникиной, Р.С. Бекова, Н.Л. Зайцева, М.И. Шичкина, В.И. Коробко, В.С. Чекалина, А.И. и т.д.

В работе применены апробированные методы исследования, анализа и обработки материала, в том числе анализ, синтез, моделирование, дедукция, экономико-статистическая обработка результатов.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ. В первой главе автором было рассмотрено понятие и факторы конкурентоспособности предприятия; методы и инструменты оценки конкурентоспособности предприятия; а также направления повышения конкурентоспособности предприятия.

Конкурентоспособность предприятия – способность предприятия производить конкурентоспособную продукцию за счет его умения эффективно использовать финансовый и производственный потенциал¹.

¹ Лукичев В.Н. Модель формирования и укрепления конкурентоспособности персонала/ В.Н. Лукичев// Экономические науки. –2014. – № 2. – с. 159

Конечная цель предприятия – победа в конкурентной борьбе, победа не разовая, не случайная, а как закономерный итог постоянных и грамотных усилий фирмы. Достигается она или нет – зависит от конкурентоспособности товаров и услуг предприятия, т. е. от того, насколько они лучше по сравнению с аналогами – продукцией и услугами других фирм.

Понятие конкурентоспособность предприятия очень многогранно и распространяется на все составляющие деятельности предприятия, такие как товар и его основные характеристики, а также организационные, финансовые и производственные характеристики самого предприятия².

Основными факторами, определяющими конкурентоспособность предприятия, являются:

1. Наличие эффективной стратегии маркетинга и сбыта.
2. Уровень квалификации персонала и менеджмента.
3. Технологический уровень производства.
4. Налоговая среда, в которой действует предприятие.
5. Доступность источников финансирования.

Наиболее известные на сегодняшний день модели и методы оценки конкурентоспособности товара и предприятия можно разделить на три группы: аналитические, универсальные и графические методы:³

— аналитические методы оценки конкурентоспособности товара: модель Розенберга; интегральный показатель; оценка конкурентоспособности на основе уровня продаж; модель с идеальной точкой;

— универсальные аналитические методы оценки конкурентоспособности предприятия: рейтинговая оценка; оценка на основе

² Просветов Г.И. Конкуренция: Задачи и решения: Учебно-практическое пособие. / Просветов Г.И. – М.: "Альфа-Пресс" ООО ИИЦ, 2011. – с. 107

³Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебник для бакалавров / И. М. Лифиц. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — с. 165

доли рынка; оценка на основе потребительской стоимости; оценка на основе теории эффективной конкуренции;

— графические методы оценки конкурентоспособности предприятия: матрица БКГ; модель «Привлекательность рынка – преимущества конкуренции»; модель Портера; многоугольник конкурентоспособности.

Также можно выделить три главных направления повышения конкурентоспособности товара: повышения качества товара, снижение цены на товар, улучшение сбыта товара.

Во второй главе автором дана общая характеристика деятельности и оценка конкурентоспособности ИП Емелина Н.О.

ИП Емелина Наталия Олеговна зарегистрирован 26 февраля 2014 г. регистратором Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы №19 по Саратовской области. Основным видом деятельности является «Предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты». Дополнительным видом деятельности является продажа различных косметических средств по уходу за волосами, телом и лицом.

Целью деятельности Студии красоты и стиля «Bliss» является извлечение прибыли, предметом деятельности – оказание услуг населению по уходу за внешностью.

Студия красоты имеет различные партнерские связи с поставщиками профессиональной косметики для волос «Londa», «Арома-стиль», «Green Lieght», косметических средств по уходу за лицом от производителей «Роза», «Черный Жемчуг» и другие. «Bliss» так же осуществляет закупку приборов, которые необходимы для услуг маникюра и педикюра, у партнеров «Лайд» и «Розалин».

Была проведена оценка конкурентоспособности ИП Емелина Н.О. Сравнение исследуемого предприятия с теми, которые составляют ему прямую конкуренцию по географическому признаку, показало, что студия «Bliss» имеет абсолютные конкурентные преимущества по наличию

парковки, характеристике ассортимента основных и дополнительных услуг и числу посадочных мест. А сравнение с аналогичными салонами, расположенными в различных частях района парка культуры и отдыха «Липки» показало, что студия «Bliss» отстает от них по всем основным характеристикам: ассортименту, дополнительным услугам (отсутствие солярия), и числу посадочных мест.

Проведенный анализ конкурентоспособности показал, что для повышения конкурентоспособности студии красоты и стиля «Bliss» необходимо провести следующие действия:

1. Расширить ассортимент предлагаемых услуг для привлечения новых клиентов и удовлетворения растущего спроса постоянных клиентов.
2. Организовать рекламу студии красоты и её новых услуг.
3. Разработать систему скидок в зависимости от суммы оказываемых услуг.
4. Провести переподготовку персонала для оказания новых видов услуг.

Данные рекомендации подробно описаны автором в третьей главе выпускной квалификационной работы.

Расчеты экономической эффективности показали, что на 1 рубль инвестированных средств, студия красоты и стиля «Bliss» получит 1,4 рубля дохода. Данный показатель больше единицы, и это значит, что предлагаемые мероприятия целесообразно направить на реализацию.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Конкурентоспособность предприятия – способность предприятия производить конкурентоспособную продукцию за счет его умения эффективно использовать финансовый и производственный потенциал. Конечная цель предприятия – победа в конкурентной борьбе, победа не разовая, не случайная, а как закономерный итог постоянных и грамотных усилий фирмы.

Основными факторами, определяющими конкурентоспособность предприятия, являются: наличие эффективной стратегии маркетинга и сбыта, уровень квалификации персонала и менеджмента, технологический уровень производства, налоговая среда, в которой действует предприятие, доступность источников финансирования.

ИП Емелина Н.О. является успешной, молодой и развивающейся организацией, целью деятельности которой является извлечение прибыли, а предметом – оказание услуг населению по уходу за внешностью. Основными видами услуг студии красоты и стиля «Bliss» являются парикмахерские услуги, услуги маникюра и педикюра, услуги косметолога. Что касается дополнительных услуг, то салон ведет продажу косметических средств по уходу за лицом и телом. Цены на услуги студии красоты и стиля «Bliss» среднего уровня, то есть студия ориентирована на людей со средним достатком.

Анализ хозяйственной деятельности студии красоты и стиля «Bliss» в 2017 году показал снижение эффективности использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, о чем говорит уменьшение всех видов прибыли, рентабельности продаж, деятельности, совокупных активов и увеличение затрат на 1 руб. реализованной продукции.

Сравнение студии красоты и стиля «Bliss» с ближайшими салонами красоты показало, что студия имеет абсолютные конкурентные преимущества по наличию парковки, характеристике ассортимента основным и дополнительным услугам и числу посадочных мест. А сравнение с аналогичными салонами, расположенными в различных частях района показало, что «Bliss» отстает от них по всем основным характеристикам: ассортименту, дополнительным услугам, и числу посадочных мест.

По результатам SWOT-анализа были выявлены стратегические цели на среднесрочную перспективу: расширение ассортимента путем внедрения новых услуг по предпочтениям клиентов, размещение рекламы для увеличения спроса, разработка системы скидок в зависимости от суммы

оказания услуг. В целях устранения слабых сторон студии красоты и стиля «Bliss» должна предусмотреть изменения в своей работе, а предложенные стратегии дадут возможность для дальнейшего развития своей деятельности, помогут выйти на новый уровень в новом качестве и усилить конкурентоспособность.

Для повышения конкурентоспособности студии красоты и стиля «Bliss» необходимо будет провести ряд мероприятий:

1. Расширить ассортимент предлагаемых услуг.
2. Организовать рекламу студии и его новых услуг.
3. Разработать систему скидок.
4. Провести обучение и переподготовку персонала для оказания новых видов услуг.

Проведенные вычисления показателя экономической эффективности предлагаемых мероприятий показали, что на 1 рубль инвестированных средств, студия красоты и стиля «Bliss» получит 1,4 рубля дохода.