

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
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**

**УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «ВИЛТ»)**

студентки 5 курса 571 группы
направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
профиль подготовки «Менеджмент организации»
экономического факультета

Фроловской Анны Сергеевны

Научный руководитель

К. Э. Н., доцент

должность, место работы, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Н.В.Кочерягина

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

К. Э. Н., доцент

должность, место работы, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Л. И. Дорофеева

инициалы, фамилия

Саратов 2021

ВВЕДЕНИЕ. Улучшение положения на рынке предполагает кардинальное повышение эффективности экономики на основе внедрения новых технологий производства и управления, ориентированных на постоянное обновление выпускаемой продукции, значительное повышение ее качества. Поэтому сегодня значительные усилия ученых направлены на исследование сущности конкурентоспособности, факторов, от которых зависит ее уровень, методов воздействия на нее, а также инструментальных средств, позволяющих управлять конкурентоспособностью.

Актуальность темы исследования заключается в том, что в современных условиях конкурентной борьбы каждому отдельному предприятию необходимо правильно оценивать сложившуюся обстановку на рынке, для того чтобы правильно разработать и применить эффективные средства конкуренции, которые были бы эффективны в данной отрасли для данного предприятия.

Особое внимание проблеме конкурентоспособности организации привлекается в контексте экономического кризиса и санкций. Подобные действия заставляют искать пути поддержания и повышения конкурентоспособного состояния предприятия. Значимую роль играет осуществление рекламной кампании, так как привлечение новых покупателей зависит именно от умения проинформировать, рассказать о преимуществах выпускаемой продукции.

Создание и удержание конкурентных преимуществ компании, в первую очередь обусловлено умением поспевать за изменениями и нововведениями, которые появляются во внешней среде. Здесь главной задачей являются исследования предпочтений потребителей. Чем лучше и качественней продукция и услуги по сравнению с предприятиями аналогами, тем выше его конкурентоспособность.

Для повышения эффективности деятельности предприятия, прежде всего, рассматривают преимущества в плане конкурентоспособности, что относится к способности своевременно применять новые технологии,

использовать результаты инновационной деятельности. Новые конкурентоспособные модели на рынке складываются в пользу тех предприятий, которые имеют способность использовать знания, опыт и технологии для создания новой продукции, новых технологий и новых услуг.

Целью выпускной квалификационной работы является исследование управления конкурентоспособностью ООО «ВИЛТ» и разработка мероприятий по совершенствованию управления данным процессом.

В соответствии с целью исследования были поставлены и решены следующие взаимосвязанные **задачи**:

1. дать понятие управления конкурентоспособностью организации;
2. рассмотреть факторы, оказывающие влияние на управление конкурентоспособностью организации;
3. описать методы оценки конкурентоспособности организации;
4. дать общую характеристику деятельности ООО «ВИЛТ»;
5. проанализировать финансовое состояние ООО «ВИЛТ»;
6. провести оценку управления конкурентоспособностью ООО «ВИЛТ»;
7. разработать и предложить мероприятия по совершенствованию управления конкурентоспособностью ООО «ВИЛТ»;
8. рассчитать эффективность внедрения мероприятий по совершенствованию управления конкурентоспособностью в ООО «ВИЛТ».

Теоретико-методологическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных авторов, таких как Котлер Ф., Армстронг Г., Гельвановский М., Портер М., Фатхутдинов Р.Ф., Смирнова А.Д., Максимов И.В., Фигурнова Э.Б., Донец Ю.Ю., Хасанова А.Ш., Герчикова И.Н., Белов А.В., Спиридонов М.А., Дюков И.И., Зорин Г.Г., Квасникова В. В., Шихвердиев А.П., Анаева З.К., Маркина Н. С. и многие другие.

Эмпирической базой исследования послужили публикации в специализированных периодических изданиях, данные официальных Интернет-источников, а также внутренняя документация ООО «ВИЛТ».

При написании выпускной квалификационной работы использовались такие **методы** исследования, как аналитический, табличный и графический методы, а также сравнительный анализ и метод экспертных оценок.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в том, что результаты, полученные в ходе исследования, могут быть использованы руководством ООО «ВИЛТ» для совершенствования управления конкурентоспособностью компании, а также для повышения конкурентоспособности своего бизнеса другими аналогичными предприятиями мебельной отрасли.

Структура выпускной квалификационной работы: работа включает введение; основную часть работы, которая состоит из трех глав и восьми параграфов; заключение, список использованных источников и приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ. В первой главе выпускной квалификационной работы «Теоретические основы исследования управления конкурентоспособностью организации» автор рассматривает понятие управления конкурентоспособностью организации; факторы, оказывающие влияние на управление конкурентоспособностью организации; а также методы оценки конкурентоспособности организации.

Большинство подходов к определению понятия и содержания категории конкурентоспособности предприятия характеризуется априорным утверждением о том, что конкурентоспособный объект – объект, который способен обеспечивать прибыль. В этой связи задача повышения конкурентоспособности предприятия отождествляется с задачей повышения эффективности его функционирования, где под эффективностью понимается соотношение результатов функционирования поставленной конечной цели деятельности всего предприятия в целом.

Конкурентоспособность является универсальным показателем, который может применяться во многих сферах жизнедеятельности. Но, все же, по своей сути она остается понятием экономическим, и наиболее правильным является ее применение именно к экономическим объектам.

На конкурентоспособность можно оказывать влияние, т.е. управлять данным процессом как одним из важнейших параметров стратегического развития. Управление конкурентоспособностью – это воздействие на конкурентные преимущества организации с целью поддержания уровня конкурентирования на рынках с производителями и продавцами аналогичных товаров или услуг, повышения степени удовлетворения своими товарами или услугами конкретной общественной потребности, и увеличение эффективности всей производственной деятельности организации для ее выживания в долгосрочной перспективе.

Основными объектами конкурентоспособного управления являются те процессы, от которых зависит финансовые ресурсы, кадровый потенциал предприятия, производственные возможности, соответствующее качество выпускаемой продукции. Субъект управления в данном случае – управляющие органы всех уровней предприятия и ответственные лица, которые обеспечивают достижение запланированного состояния.

Для формирования конкурентного преимущества организации необходимо обеспечение некоторых материальных и нематериальных условий – факторов конкурентоспособности. Факторы конкурентоспособности предприятия – это те явления и процессы производственно-хозяйственной деятельности предприятия и социально-экономической жизни общества, которые вызывают изменение абсолютной и относительной величины затрат на производство, а в результате изменение уровня конкурентоспособности самого предприятия

Факторы могут воздействовать как в сторону повышения конкурентоспособности предприятия, так и в сторону уменьшения. В зависимости от конкретных значений (параметров) этих факторов организация может получить либо благоприятные, либо неблагоприятные для создания и поддержания конкурентного преимущества условия производства.

Существует большое количество классификаций факторов влияния на конкурентоспособность организации, например, М.Портер предлагает делить их на несколько типов. Во-первых, на основные и развитые. Основные факторы – это природные ресурсы, климатические условия, географическое положение страны, неквалифицированная и полуквалифицированная рабочая сила. Развитые факторы – современная инфраструктура обмена информацией, высококвалифицированные кадры и исследовательские отделы университетов, занимающиеся высокотехнологичными дисциплинами.

Потребность в оценке конкурентоспособности предприятия существует всегда, поскольку в условиях рыночной экономики оценка своих конкурентных позиций является неотъемлемым элементом деятельности любого хозяйствующего субъекта. Оценку конкурентоспособности предприятия проводят самыми различными методами. Метод избирают в зависимости от цели исследования, поставленных задач, оцениваемым характеристикам, предполагающимися результатами. При этом следует отметить, что в каждой индивидуальной ситуации, в которой находится предприятие, оптимальный выбор метода оценки конкурентоспособности организации будет различен.

Во второй главе выпускной квалификационной работы «Анализ управления конкурентоспособностью организации на примере ООО «ВИЛТ» автор дает общую характеристику деятельности компании, проводит анализ финансового состояния и оценивает управление конкурентоспособностью.

ООО «Вилт» – это одна из стабильно-развивающихся розничных сетей по продаже мебели в Саратовском регионе. Кроме того, предприятие является прямым дилером крупных производителей мягкой и корпусной мебели.

Компания имеет собственную сервисную службу, на складах фирмы находится большое количество товаров в запасе, что означает возможность быстрых доставок и отсутствие проблем у клиентов. В рамках компании был

открыт модернизированный складской комплекс на территории Энгельса с целью улучшения сервиса и качества обслуживания покупателей. Увеличение складских площадей компании позволило повысить товарный запас компании, что, в свою очередь, поспособствовало повышению коэффициента выполнения клиентской заявки и уровень сервиса обслуживания.

По результатам проведенного анализа, финансовое состояние компании ООО «ВИЛТ» было оценено как нормальное. Компания может рассматриваться в качестве партнеров, во взаимоотношении с которыми необходим осмотрительный подход к управлению рисками. Несомненно, ООО «ВИЛТ» может претендовать на получение кредитных ресурсов, но решение во многом зависит от анализа дополнительных факторов.

Оценка конкурентоспособности мебельного предприятия ООО «ВИЛТ» была проведена с помощью следующих методов:

1. Модель М.Портера («модель 5 сил конкуренции»);
2. Сравнительный анализ конкурентов (многоугольник конкурентоспособности);
3. SWOT-анализ.

В результате проведенного исследования было выявлено, что ООО «Вилт» занимает ведущее положение на рынке Саратовской области. Обширный ассортимент рассчитан на потребителя среднего ценового сегмента. Основной упор в работе мебельного предприятия делается на реализацию только качественной продукции, для этого разработана система контроля качества приема товара и услуги послепродажного обслуживания.

Количество компаний, стремящихся в отрасль, до сих пор растет, так как мебельная отрасль привлекает большим уровнем прибыли, и растущим спросом на продукцию. Вновь пришедшие в отрасль компании предлагают продукцию по более низким ценам. Такая тенденция может привести к непропорциональности роста потребительского спроса и предложения в целом по отрасли, что нежелательно для ООО «ВИЛТ».

По результатам проведенной оценки конкурентоспособности мебельного предприятия в сравнении с компаниями конкурентами, можно заключить, что ООО «ВИЛТ» имеет лидирующую долю рынка. По большинству показателей компания имеет преимущество перед основными конкурентами, однако, также как и любая организация, она имеет свои сильные и слабые стороны. Рассмотрев их, были предложены мероприятия по совершенствованию управления конкурентоспособностью компании.

В третьей главе выпускной квалификационной работы «Направления совершенствования управления конкурентоспособностью ООО «ВИЛТ» автор описывает предлагаемые мероприятия по совершенствованию управления конкурентоспособностью ООО «ВИЛТ» и рассматривает эффективность их внедрения.

В современных рыночных условиях возрастает значимость управления конкурентоспособностью организации, и проблема повышения конкурентоспособности стоит перед любым предприятием и может возникнуть в любое время. В идеале, процесс совершенствования конкурентоспособности компании должен быть постоянным и непрерывным, при этом в зависимости от того, на каком этапе находится данное предприятие и на каком уровне оно функционирует, какие есть проблемы в его функционировании, такие и должны стоять задачи в целях повышения его конкурентоспособности.

Предлагаемая идея по совершенствованию управления конкурентоспособности ООО «ВИЛТ» состоит в завоевании устойчивого преимущества над конкурентами в области издержек и использовании его в качестве основы для демпинга цен и увеличения доли рынка, либо получения более высокой нормы прибыли при реализации услуг по сложившимся рыночным ценам. Чтобы обладать преимуществом в области издержек производства, компания должна достичь самого низкого уровня суммарных издержек.

Особое место в создании конкурентных преимуществ предприятия является реклама. Руководству компании ООО «ВИЛТ» рекомендуется более осознанно подойти к вопросу организации рекламной кампании. Необходимо на постоянной основе проводить маркетинговые исследования, а не раз в год.

Рассчитанный экономический эффект свидетельствует о том, что предлагаемые мероприятия по совершенствованию управления конкурентоспособностью в ООО «ВИЛТ» являются обоснованными и целесообразными с экономической точки зрения – компания получит дополнительно 149 100 руб. чистой прибыли.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Проблема конкурентоспособности носит в современном мире универсальный характер и от того, насколько успешно она решается, зависит многое в экономической и социальной жизни любой страны и отдельно взятого предприятия. Сегодня предприятия стоят перед необходимостью достижения конкурентоспособности в высокодинамичной и комплексной глобальной среде предпринимательства.

Управление конкурентоспособностью организации – это целенаправленное воздействие на элементы и процессы, обеспечивающие конкурентные преимущества организации и развитие ее конкурентного потенциала. Управление конкурентоспособностью организации является актуальной для любой организации, особенно на современном этапе. Конкуренция является очень тонким и гибким механизмом. Учитывая жесткую конкуренцию, царящую на рынке в наши дни, управление конкурентоспособностью организации становится все более важным фактором для руководства организации.

Проблема управления конкурентоспособностью организации была рассмотрена на примере мебельного предприятия ООО «ВИЛТ». Компания ООО «Вилт» – это одна из крупнейших сетей мебельных магазинов Саратова и Энгельса. Мебельный бренд, известный на рынке более 20 лет,

зарекомендовал себя в качестве гаранта надежности, долговечности и привлекательных цен.

Компания занимает ведущее положение на рынке Саратовской области. Обширный ассортимент рассчитан на потребителя среднего ценового сегмента. Основной упор в работе мебельного предприятия делается на реализацию только качественной продукции, для этого разработана система контроля качества приема товара и услуги послепродажного обслуживания.

Количество компаний, стремящихся в отрасль, до сих пор растет, так как мебельная отрасль привлекает большим уровнем прибыли, и растущим спросом на продукцию. Вновь пришедшие в отрасль компании предлагают продукцию по более низким ценам. Такая тенденция может привести к непропорциональности роста потребительского спроса и предложения в целом по отрасли, что нежелательно для ООО «ВИЛТ».

По результатам проведенной оценки конкурентоспособности мебельного предприятия в сравнении с компаниями конкурентами, можно сказать, что ООО «ВИЛТ» имеет лидирующую долю рынка. По большинству показателей компания имеет преимущество перед основными конкурентами, однако, также как и любая другая организация, имеет свои сильные и слабые стороны. Рассмотрев их, были предложены мероприятия по совершенствованию управления конкурентоспособности рассматриваемой компании.

В результате проведенных расчетов был получен положительный экономический эффект, что свидетельствует о целесообразности внедрения предлагаемых мероприятий по совершенствованию управления конкурентоспособности в ООО «ВИЛТ».