

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ**  
**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ**  
**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ**  
**Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра экономической теории  
и национальной экономики

**Инновационный сценарий роста конкурентоспособности организаций**  
название темы выпускной квалификационной работы полужирным шрифтом

**АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ (ДИПЛОМНОЙ) РАБОТЫ**

Студента(ки) 5 курса 561 группы  
направления (специальности) 38.03.01 «Экономика»  
код и наименование направления (специальности)  
экономического факультета  
наименование факультета, института, колледжа  
Забелина Влада Владиславовна  
фамилия, имя, отчество

Научный руководитель  
к.э.н. доцент А.В.Сычева  
должность, уч. степень, уч. звание дата, подпись  
инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой  
к.э.н. доцент Е.В.Огурцова  
должность, уч. степень, уч. звание дата, подпись  
инициалы, фамилия

Саратов 2024

## ВВЕДЕНИЕ

В современных экономических условиях конкуренция выступает одним из главных элементов регулирования рыночного хозяйства. Развитие и совершенствование конкурентных отношений является необходимым условием для эффективного воздействия рыночного механизма на обеспечение устойчивого экономического роста как на уровне страны и региона, так и на отраслевом уровне. Конкуренция представляет собой состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельная деятельность эффективно ограничена возможностью каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров и услуг на соответствующем потребительском рынке.

В настоящее время рынок перенасыщен предприятиями по созданию аналогичной продукции, но рентабельны только те, которые имеют самые выгодные конкурентные преимущества относительно других. Поэтому данное исследование относительно путей повышения конкурентоспособности предприятия обусловило актуальность выбора темы работы.

Понятие «конкурентоспособность организации» по мнению многих ученых тесно связано с конкуренцией в отраслях экономики. Однако, в настоящее время нет единого определения понятия «конкурентоспособность организации» и многие ученые трактуют и понимают его по-разному.

Конкурентоспособность современного предприятия необходимо рассматривать в качестве основного критерия эффективности производства. Конкурентоспособность предприятия рассматривается в комплексном взаимодействии и зависимости от факторов, выступающих зачастую даже в качестве компонентов конкурентоспособности. Целью управления конкурентоспособностью предприятие является создание системы, представляющей собой рациональную организацию бизнес-процессов, способной создать эффективное функционирование предприятия (организации) на рынке товаров и услуг, рынке капитала, рынке труда и информационном рынке независимо от степени воздействия всевозможных факторов.

Несомненно, основой экономического развития являются инновационные процессы, воплощенные в новых продуктах и технологиях. Чтобы получить дополнительную прибыль или сохранить свой существующий уровень, необходимо осуществлять финансовые инвестиции в развитие и реализацию инноваций.

Актуальность темы исследования также заключается в том, что сегодня в России одна форма и метод управления экономикой заменяются другой. И инновационные процессы, их воплощение в новых продуктах и новых технологиях являются основой экономического развития. Чтобы получить дополнительную прибыль или сохранить свой существующий уровень, необходимо осуществить финансовые инвестиции в развитие и реализацию нововведений.

Проведение экономической политики для форсированного развития инновационного предпринимательства в настоящее время является общей тенденцией. Это связано как с характером глобальной конкуренции, которая основана на предыдущем использовании инноваций и ужесточении конкуренции между национальными экономическими системами для ресурсов развития. В то же время инновационный бизнес может и должен играть существенную роль в модернизации российской экономики. Это, прежде всего, участие в техническом переоснащении организаций всех отраслей промышленности и структурном преобразовании всей экономики. Техническая модернизация предприятий определяется предварительным развитием фундаментальной науки, необходимостью концентрации ресурсов при формировании «технологических коридоров», которые обеспечивают целостность национальной инновационной системы, капитализацию результатов научно-исследовательских разработок; актуальность задач ускоренного развития инновационной инфраструктуры и формирование цивилизованных институтов в инновационной сфере.

Данная работа посвящена исследованию проблем управления конкурентоспособности организации на основе инновационного развития. Помимо рассмотрения теоретических аспектов этой темы, в данной работе также

делается попытка применения некоторых принципов и методов управления конкурентоспособностью на основе инновационного сценария роста в ООО «ЛТК»

Цель данной работы – разработать инновационный сценарий роста конкурентоспособности ООО «ЛТК».

Для достижения поставленной цели необходимо последовательно решить следующие задачи:

- 1) исследовать понятие конкурентоспособности и ключевые факторы для реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации;
- 2) проанализировать вопросы формирования инновационной стратегии роста конкурентоспособности организации;
- 3) определить влияние инноваций на механизмы управления конкурентоспособностью;
- 4) дать организационно-экономическую характеристику деятельности ООО «ЛТК»;
- 5) обозначить пути повышения конкурентоспособности предприятия с помощью внедрения инновационных технологий.

Объектом исследования является управление конкурентоспособностью ООО «ЛТК» с помощью внедрения инновационных технологий.

Предметом ВКР являются организационно-управленческие и экономические отношения, складывающиеся в процессе управления конкурентоспособностью ООО «ЛТК» на основе внедрения инноваций в деятельность предприятия.

Весомый вклад в исследование проблем формирования и оценки конкурентоспособности и инновационной деятельности внесли такие известные зарубежные и отечественные ученые, как Г.Азоев, И. Кирцнер, Ф. Котлер, М. Мескон, М. Портер, К. Прахалад, Р. Хэмел, Р.Фатхутдинов, Дж.Стиглер, А. Стрикланд, А.Томпсон, Ф. Хайек, Ф. Шерер, К. Штайльманн, Й. Шумпетер и другие.

Методы исследования:

- Общенаучные методы теоретического исследования - описание и объяснение, индукция и дедукция, научное доказательство, анализ и синтез, обобщение.

- Общенаучные методы эмпирического исследования - наблюдение, измерение.

Теоретическая значимость исследования: вытекает из содержания дипломной работы, направленной на разработку методологии управления конкурентоспособностью предприятия.

Практическая значимость исследования состоит в том, что содержащиеся в выпускной квалификационной работе исследования проблем управления конкурентоспособностью предприятия на основе инновационного развития могут служить конкретно-теоретической базой, позволяющей наиболее эффективно организовывать и осуществлять данный процесс.

Практическая реализация теоретических вопросов рассмотрена на примере ООО «ЛТК».

Структурно, работа состоит из введения, двух глав, разделенных на параграфы, заключения и списка использованных источников.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

В первой главе автором рассмотрены основные понятия социально-экономического содержания конкурентоспособной организации. Первый параграф посвящён анализу понятия конкурентоспособности и ключевых факторов для реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации.

По мнению автора, конкурентоспособность – это возможность приспособиться к изменяющимся условиям с точки зрения удержания или улучшения позиций среди соперничающих.

Автор работы считает, что конкурентоспособность можно определить как свойство объекта и его услуг, характеризующееся степенью реального и потенциального удовлетворения конкретной потребности в сравнении с аналогичными объектами, представленными на данном рынке.

Автор делает вывод, что проблемы управления конкурентоспособностью недостаточно изучены как в отечественной, так и в зарубежной теории и практике. Внедрение конкурентных систем управления происходит поэтапно. Каждый этап реализуется в соответствии с конкретной и разработанной программой мероприятий, направленных на повышение эффективности данного вида работ.

Достичь повышения конкурентоспособности предприятия возможно в том случае, когда в основу управления предприятием будут поставлены вопросы постоянной диагностики конкурентоспособности предприятия как приоритетные. Совместная реализация указанных требований может быть обеспечена в рамках реализации маркетингового подхода к управлению предприятием на всех его уровнях, что получило в последние десятилетия широкое распространение в промышленно развитых странах.

Во втором параграфе автор рассматривает вопросы формирования инновационной стратегии роста конкурентоспособности организации.

Невозможно управлять конкурентоспособностью предприятия без проведения маркетинговых исследований, выявления его сегмента рынка и позиционирования на нем продукта/услуги. "Сегментация - это разделение рынка на группы покупателей со схожими характеристиками и требованиями к продукту. Сегмент позволяет выбрать перспективный, целевой сегмент.

Для регулирования конкурентоспособности необходимо провести сравнительную оценку деятельности исследуемого предприятия и фирм-конкурентов.

Автор делает вывод, что конкурентоспособность - это состояние эффективного функционирования предприятия, поддержание которого способствует стабильному положению на рынке. Поскольку внешняя среда в настоящее время характеризуется высоким уровнем нестабильности, то эффективная конкурентная система управления является необходимым условием для развития предприятия. Использование современных методов управления конкурентоспособностью компании, которые были описаны ранее, позволяет

компании оставаться на шаг впереди своих конкурентов, стабильно сохраняя свои позиции и наращивая свой потребительский сегмент, что приводит к увеличению прибыли компании.

В третьем параграфе автор исследует влияние инноваций на механизмы управления конкурентоспособностью.

Известно много способов повышения конкурентоспособности, одним из которых является внедрение инноваций. Между конкурентоспособностью и инновациями прослеживается определенная взаимосвязь, который исходит из определения этих понятий.

Основой экономического развития являются инновационные процессы, воплощенные в новых продуктах и технологиях. Чтобы получить дополнительную прибыль или сохранить свой существующий уровень, необходимо осуществлять финансовые инвестиции в развитие и реализацию инноваций.

Инновационное предпринимательство - это инициатива, самостоятельная, связанная с определенным уровнем риска деятельность, осуществляемая лицами, зарегистрированными с этой целью в установленном законом порядке, направленная на систематическую прибыль от реализации инноваций на рынке. Такой бизнес также можно назвать венчурным (рисковым).

Во второй главе автор проводит анализ и оценку ключевых инструментов роста конкурентоспособности организации на примере ООО «ЛТК».

В первом параграфе автором дана организационно-экономическая характеристика деятельности ООО «ЛТК».

ООО «ЛТК» осуществляет оптовую торговлю одеждой и обувью.

Основной принцип работы – постоянное улучшение качества обслуживания клиентов за счет внедрения передовых технологий. Основные принципы, которыми руководствуются в компании: профессионализм, качество и порядочность.

По данным бухгалтерской отчетности ООО «ЛТК» автором был проведен анализ основных экономических показателей деятельности предприятия.

Управление конкурентоспособностью ООО «ЛТК» строится с использованием следующих принципов:

1. Учет факторов относительности и динамичности конкурентоспособности.
2. Конкурентоспособность определяется внутренними и внешними факторами, значительная часть которых является трудноуправляемыми параметрами.
3. Управление конкурентоспособностью требует оптимального сочетания экономических, технологических, правовых, организационных и институциональных факторов.
4. На конкурентоспособность могут повлиять изменения на рынке, не связанные с деятельностью предприятия.

Основными конкурентами ООО «ЛТК» являются: Магазин «Гремми» и Магазин «Манго» по показателю конкурентоспособности. Конкурентоспособность ООО «ЛТК» зависит от её возможности предложить покупателю уровень цен и сервиса не хуже, чем могут предложить конкуренты. В случае неспособности ООО «ЛТК» поддерживать конкурентный уровень цен, компания может столкнуться со снижением количества покупателей. В результате роста конкуренции может возникнуть риск, что какая-либо компания будет снижать цены с целью вытеснения конкурентов. В этом случае ООО «ЛТК» может также снизить цены для удержания покупателей, что может отразиться на финансовых показателях компании.

Во втором параграфе автор определяет пути повышения конкурентоспособности предприятия с помощью внедрения инновационных технологий.

Для управления конкурентоспособностью ООО «ЛТК» использует следующие методы:

- политика низких цен;
- качество оказываемых услуг и реализуемых товаров;
- внедрение инноваций.

ООО «ЛТК» необходимо анализировать, от каких товаров нужно избавиться,



а какие необходимо закупать в большем количестве. Для этого необходимо ужесточить свою политику в области управления запасами для того, чтобы выработать свой уникальный ассортимент, способный удовлетворить покупателей данной организации.

Также следует продолжать поиск ниши, не занятой конкурентами или кажущейся неинтересной вследствие ее кажущейся финансовой непривлекательности, но способной при грамотном управлении принести желанную прибыль ООО «ЛТК».

Повышение конкурентоспособности невозможно при отсутствии встроенного в организацию механизма инноваций, который позволят фирме адаптироваться к изменениям внешней среды. Данную проблему в ООО «ЛТК» мы планируем решить с помощью создания механизма, который будет отслеживать изменения внешней среды организации и своевременно принимать меры по преодолению негативных последствий этих изменений.

На взгляд автора практическим шагом по созданию такого механизма должно стать создание в структуре организации отдельной должностной позиции специалиста по исследованию рынка (маркетолог).

На основании произведённых расчётов можно сделать вывод о том, что планируемое мероприятие по введению в штат работников магазина маркетолога будет достаточно эффективно, и позволит полностью окупить затраты на планируемые мероприятия.

Подводя итоги всему вышесказанному, можно отметить, что использование модели, предложенной нами для управления конкурентоспособностью ООО «ЛТК», можно применить не только на данном предприятии, но и на аналогичных предприятиях сферы розничной торговли. Она проста в применении и не требует огромного количества данных, используемых в большинстве методик для оценки конкурентоспособности предприятий.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В результате исследования нами были сделаны следующие выводы:

В условиях современной рыночной экономики каждое предприятие для того, чтобы успешно развиваться, должно иметь не только оптимальное соотношение показателей доходов и расходов, но и изыскать новые формы вложения капитала, обновлять и добиваться улучшений своей продукции в соответствии с требованиями рынка, осуществлять грамотную и обоснованную товарную политику, применять новые методы управления и т.д. Другими словами, предприятие должно быть конкурентоспособным. Основной целью хозяйствующих субъектов в связи с этим становится обеспечение их конкурентоспособности.

Мы выяснили, что важным фактором функционирования предприятий в условиях рынка, является повышение его конкурентоспособности.

Одной из причин низкого уровня конкурентоспособности отдельных субъектов хозяйствования и отечественной экономики в целом является недостаточная разработанность теоретических и методологических основ взаимодействия конкурентного потенциала и конкурентной стратегии, формирующих конкурентоспособность объектов и субъектов хозяйствования.

Многообразие теоретико-методологических подходов к изучению конкуренции служит подтверждением многогранности, сложности и внутренней противоречивости этой экономической категории.

Модель оценки конкурентоспособности продукции в которой учитываются не только цена и качество товара, но и степени развития торговой марки, включающая в себя формулы расчета конкурентоспособности по ценовым параметрам, коэффициента развития торговой марки, и конкурентоспособности продукции в общем, определяет конкурентную позицию продукции, что подтверждается на примере анализа рынка. На основании этой методики разработаны теоретические и практические положения и обоснования для создания условий конкурентоспособности продукции.

Комплексным методом оценки конкурентоспособности продукции народного потребления является системный подход к решению проблемы оценки и повышения конкурентоспособности продукции.

Процесс разработки и реализации конкурентных стратегий включает в себя несколько этапов. Каждый из них имеет самостоятельное значение и требует применения специальных, с точки зрения разработки и реализации конкурентных стратегий, методов и процедур.

Конкурентоспособность ООО «ЛТК» большей частью зависит от возможности торгового предприятия предложить покупателю уровень цен и сервиса не хуже, чем могут предложить конкуренты. Если ООО «ЛТК» не сможет поддерживать конкурентный уровень цен, торговое предприятие может столкнуться с сокращением количества покупателей.

В результате проведения анализа методов управления конкурентоспособностью ООО «ЛТК» нами было выявлено, что торговое предприятие обладает удовлетворительным уровнем конкурентоспособности.

Методы управления конкурентоспособностью магазина ООО «ЛТК», имеют как положительные стороны, так и недостатки. Среди недостатков следует выделить: недостаточная реклама; отсутствие поощрения для постоянных покупателей.

Основным мероприятием по совершенствованию принципов и подходов управления конкурентоспособностью ООО «ЛТК» должно стать введение в торговом предприятии должности маркетолога. Данное мероприятие позволит обеспечить руководство предприятия необходимой информацией о рыночной ситуации и позволит более обоснованно принимать решения в области управления конкурентоспособности.

Для улучшения методов управления конкурентоспособностью в ООО «ЛТК» нами предлагается использовать мобильные выставочные стенды, разработать и внедрить комплексную информационную систему, автоматизирующую торговую деятельность. Оснастить предприятие необходимыми техническими средствами: (компьютерами, сетевым оборудованием, электронным торговым оборудованием, включающим сканеры и принтеры штрих-кода, фискальные регистраторы, принтеры чеков и этикеток, терминалы сбора данных и др.). Провести обучение персонала предприятия.