

Министерство образования и науки Российской Федерации

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

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

**Формирование конкурентных преимуществ предприятий
России**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 4 курса 412 группы
направления 38.03.01 Экономика
профиль Экономика предпринимательства
код и наименование направления

экономического факультета
наименование факультета

Бачинской Анастасии Дмитриевны
фамилия, имя, отчество

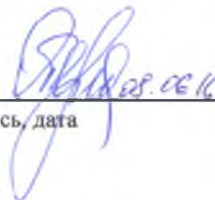

08.06.2016

Научный руководитель

Ст. преподаватель

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата


08.06.16

Т.Б. Оберт

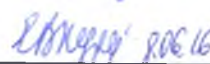
инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

Доцент, к.э.наук

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата


08.06.16

Е. В. Огурцова

инициалы, фамилия

Саратов, 2016

Введение. Изменения, происходящие в мировой экономике, являются причиной нарастания конкурентной борьбы как между отдельными производителями, так и между регионами, странами. Важнейшим способом повышения эффективности экономической системы служит конкуренция. Актуальность эффективности обеспечения предприятия конкурентными преимуществами и недостаточная научная изученность проблем их формирования обуславливает выбор темы исследования, определяет задачи, цели и содержание выпускной квалификационной работы.

Цель работы заключается в теоретическом обосновании значимости формирования конкурентных преимуществ предприятия и разработке практических рекомендаций по их обеспечению на конкретном предприятии (на примере ОАО «Завод «Проммаш»).

В соответствии с целью поставлены конкретные задачи:

- исследовать теоретические аспекты конкурентоспособности и конкурентных преимуществ предприятий;
- рассмотреть механизм реализации конкурентных преимуществ предприятий через формирование конкурентных стратегий;
- проанализировать конкурентные преимущества российских предприятий в современной экономике;
- рассмотреть организационно-экономическую характеристику предприятия ОАО «Завод «Проммаш»;
- проанализировать технико-экономические показатели деятельности предприятия ОАО «Завод «Проммаш»;
- выявить конкурентные преимущества ОАО «Завод «Проммаш».

При написании работы были использованы следующие методы научного познания: аналитический, системный подход, статистический, сравнительный анализ, исследование, индукция, логический, конкретизация, классификация, синтез, обобщение.

Информационной базой для написания работы по данной теме послужили Законодательные акты Российской Федерации, базовая учебная

литература, результаты практических исследований отечественных и зарубежных авторов, статьи и обзоры в специализированных и периодических изданиях, посвященных данной тематике, справочная литература, ресурсы Интернета, прочие источники информации.

Выпускная квалификационная работа имеет традиционную структуру и включает в себя введение, основную часть, состоящую из 2 глав, заключение и библиографический список.

Во введении обоснована актуальность выбора темы, поставлены цель и задачи исследования, охарактеризованы методы исследования и перечислены источники информации.

Первая глава раскрывает теоретические аспекты исследования конкурентных преимуществ предприятий в современных условиях теоретические основы, дана экономическая сущность конкурентоспособности и конкурентных преимуществ предприятий, изучен механизм реализации конкурентных преимуществ предприятия через формирование конкурентных стратегий, проанализированы конкурентные преимущества российских предприятий в современной экономике

Вторая глава содержит практическую часть дипломной работы. В данной главе раскрыта общая характеристика предприятия, исследуется организационно-экономическая характеристика предприятия, дан анализ технико-экономических показателей деятельности предприятия. Так же в данной главе раскрываются конкурентные преимущества ОАО «Завод «Проммаш» и их реализация в современных условиях.

В заключении содержатся основные выводы по проведенному исследованию.

Основная часть. Конкурентные преимущества лежат в основе обеспечения конкурентоспособности предприятия в условиях рыночной экономики. В свою очередь, стратегический успех фирмы, прочность ее конкурентной позиции зависит от обладания длительным и устойчивым конкурентным преимуществом, длительность которого определяется

способностью предприятия сохранять и обеспечивать защиту имеющимся у него конкурентным преимуществам и генерировать новые, быстрее и эффективнее конкурентов. При этом последнее приобретает все большее значение в условиях насыщения рынка и значительного превышения спроса над предложением.

Главная задача - бесперерывно улучшать показатели фирмы, чтобы усилить имеющиеся преимущества, особенно это относится к лидирующим предприятиям. Например, более эффективно эксплуатировать производственные мощности или организовывать более гибкое обслуживание клиентов. Тогда конкурентам будет еще труднее обойти их, ведь для этого им потребуются улучшить свои показатели, на что у них может просто не хватить сил и средств.

В конечном счете, для того, чтобы удержать конкурентное преимущество, необходимо расширять набор его источников и совершенствовать их, переходить к преимуществам более высокого порядка, которые дальше сохраняются. Для сохранения преимущества нужны изменения. Фирмы должны извлекать пользу из наблюдающихся в отрасли тенденций, ни в коем случае не игнорируя их. Фирмы также должны вкладывать средства, чтобы защитить участки, уязвимые для конкурентов. Для удержания лидирующих позиций предприятиям иногда приходится отказываться от имеющихся преимуществ, чтобы добиться новых, более продуктивных.

Конкурентная стратегия является составляющей корпоративной стратегии предприятия и определяет комплекс своеобразных подходов к ведению конкурентной борьбы на товарном рынке.

Рыночная экономика – экономика, дающая возможность экономическим субъектам быть конкурентоспособными на мировом рынке. Чтобы выиграть в этом конкурентном соревновании, необходимо быть конкурентоспособными, следовательно, обладать определенными конкурентными преимуществами. В зависимости, от территориального

местонахождения, а также климатических условий, каждая страна имеет ряд преимуществ, в той или иной сфере производства.

Низкая конкурентоспособность России на мировых рынках остается серьезной проблемой, она обусловлена прежде всего отставанием в производительности труда, отсутствием перспективных компаний в новых высокотехнологичных отраслях.

Важным фактором, обеспечивающим экономическое лидерство стран, является наличие в стране национальных корпораций, способных успешно конкурировать на глобальном рынке. Таким образом, только формирование, развитие и усиление конкурентоспособности российских предприятий может обеспечить сильную конкурентную позицию России на международных рынках и рынках капитала, а, следовательно, экономическое процветание.

На сегодняшний день, самые конкурентоспособные отрасли России на мировом рынке, это в первую очередь, углеводородное сырьё (нефть и нефтепродукты, газ, уголь), металлургическая и химическая отрасли. Исходя из этого, рассмотрим конкурентные преимущества крупной российской компании ПАО «Газпром», относящейся к нефтегазовой отрасли.

«Завод «Проммаш» более 25 лет специализируется на производстве, продаже, сервисном обслуживании торгово-технологического оборудования. С 2013 года предлагает полный спектр услуг по металлообработке, отвечающих всем современным стандартам качества. В распоряжении завода новейшее промышленное оборудование, поэтому он сможет выполнить любой, даже самый сложный заказ. Мастера завода осуществляют комплексную металлообработку, раскройку листового металла на координатно-пробивном прессе, гибку, пробивку, сварку металлов, изготовление корпусов и любых нестандартных конструкций из металла, изготавливают низковольтное распределительно-управляющее силовое оборудование.

Благодаря собственному сервисному центру завод обеспечивает полное гарантийное и послегарантийное обслуживание. Все оборудование ОАО

«Завод «Проммаш» прошло сертификацию по стандарту качества и надежности ИСО 9001-2008, имеет сертификаты соответствия, качества и гигиенические сертификаты. ОАО «Завод «Проммаш» поставляет продукцию в регионы России и страны Ближнего Зарубежья. Предприятие имеет свой парк автотранспорта, работает с надежными транспортными компаниями, а также осуществляет доставку оборудования ж/д контейнерами. С 2011 года заводом начат выпуск оборудования под торговой маркой «GALLEY».

Современная стратегия предприятия - это разработки, производство и полное сервисное обслуживание в соответствии с требованиями потребителей, при этом технические специалисты постоянно совершенствуют выпускаемую продукцию.

История завода началась с 1932 года, когда основу производства составляла продукция оборонного назначения. На сегодняшний день ОАО «Завод «Проммаш» (г.Саратов) - лидер на рынке оборудования для профессиональной кухни и перерабатывающих производств.

Более 20 лет компания специализируется на изготовлении, реализации и гарантийном сервисе торгово-технологического оборудования. Завод ориентируется на производство изделий высокого качества. Предлагаемый заводом ассортимент содержит полный набор продукции и услуг: от производства оборудования до комплексного оснащения профессиональной кухни.

Основные технико-экономические показатели являются обобщающим параметрами ОАО "Завод "Проммаш". В своей совокупности эти показатели отражают общее состояние дел на предприятии в производственно-технической, хозяйственно-финансовой, инновационной, коммерческой, социальной сферах. Каждый показатель в отдельности обобщенно характеризует одно из направлений его внутренней или внешней деятельности. Правильная методика анализа позволяет выявлять

внутрипроизводственные резервы и улучшить текущее и перспективное планирование.

Анализ данных ОАО «Завод «Проммаш» показал, что в настоящее время предприятие находится не в лучшем положении и имеет ряд проблем. Необходимо обратить внимание на те проблемы, решение которых приведет к формированию и усилению конкурентных преимуществ. В условиях неопределенности, в которых оказались российские предприятия в связи с ухудшением экономической ситуации в стране, эта задача является действительно сложной. В конечном счете, от правильного выбора конкурентной стратегии будет зависеть, сможет ли предприятие существовать в долгосрочной перспективе или исчезнет, не выдержав конкурентной борьбы.

Сильные стороны предприятия являются его конкурентными преимуществами. К ним относятся:

- хороший имидж фирмы;
- наличие нового продукта и высокая склонность к инновациям;
- высокое качество продукции;
- значительная доля рынка;
- надежные поставщики;
- сплоченный коллектив.
- высококвалифицированные сотрудники;
- жесткий контроль финансовых средств фирмы;
- налаженные связи с иностранными партнерами.

ОАО «Завод «Проммаш» не только остаётся успешно работающим предприятием, но и имеет возможность постоянно повышать свою конкурентоспособность на рынке. К факторам, которые позволят повысить конкурентоспособность ОАО «Завод «Проммаш», можно отнести следующие:

1. Дизайн.
2. Повышение профессионализма и качества выполняемых работ.
3. Снижение постоянных издержек.
4. Снижение переменных издержек.
5. Совершенствование работы с клиентами.
6. Стремление к завоеванию рынка специализации.
7. Перспективные направления.
8. Смежные области.

Углубление и развитие всех вышеперечисленных направлений как раз и позволит ОАО «Завод «Проммаш» постоянно повышать конкурентоспособность и занимать стабильную долю рынка, получая при этом доход.

Таким образом, конкурентное преимущество ОАО «Завод «Проммаш» может быть достигнуто путем ориентации предприятия на потребителя, улучшения качества продукции, внедрения инновационной политики, качественного использования ресурсов, улучшения условий работы и ряда других факторов. Своевременное регулирование, повышение конкурентоспособности ОАО «Завод «Проммаш» являются залогом его успешного функционирования и финансовой устойчивости предприятия в будущем.

Заключение. Понятие конкуренции является базовым в экономической теории рыночных отношений. Конкуренция имеет место быть на всех уровнях экономики: микро-, мезо-, макроуровне.

Отсутствие общепринятого определения конкурентоспособности указывает на то, что данный термин имеет комплексный характер, его необходимо рассматривать через совокупность различных экономических понятий.

Оценка конкурентоспособности предполагает изучение большого количества разнovidной статистической и экономической информации. Для вычисления показателя конкурентоспособности следует обобщить обширную

информацию и разнородные данные с использованием системы рейтингов. В работе были проанализированы наиболее известные рейтинги конкурентоспособности стран: рейтинг конкурентоспособности Всемирного экономического форума, а также рейтинг конкурентоспособности стран, который составлен Международным институтом развития менеджмента.

Преимущественные показатели конкурентоспособности России, исследованные в работе, являются значимыми, но не до конца развитыми и разработанными. Низкая конкурентоспособность отечественной готовой продукции приводит к тому, что иностранные производители занимают прочные позиции на российском рынке. Тем не менее, Россия обладает отраслями со сравнительной конкурентоспособностью, которые имеют большие шансы для завоевания внешних рынков. Привлечение инновационных технологий в металлургию, химию, оборонный комплекс и многие другие отрасли позволит России повысить свои конкурентные позиции на мировом рынке.

В работе был проведен теоретический анализ конкурентных преимуществ предприятия, а также проанализирована хозяйственная структура ОАО «Завод Проммаш» и выявлены его конкурентные преимущества.

В процессе написания выпускной квалификационной работы были изучены теоретические аспекты конкурентоспособности, конкурентных отношений, выявлены конкурентные преимущества, изучены основные конкуренты ОАО «Завод Проммаш».

Мероприятия, предложенные в выпускной квалификационной работе, позволят помочь руководителю ОАО «Завод Проммаш» перейти на более совершенные методы управления деятельностью предприятия.

Разработка стратегии формирования конкурентных преимуществ должна быть экономически, технологически и социально обоснованной. При этом следует опираться на вариантный анализ внешней и внутренней среды. Так, на разработку конкурентных преимуществ оказывают влияние динамика

спроса, покупательная способность, социально-политические ограничения, интенсивность конкуренции, структура рынка и поведение его участников, а также инфраструктурные и институциональные аспекты и пр.

При разработке мероприятий и координации действий по удержанию и совершенствованию конкурентных преимуществ необходимо исследовать динамику жизненных циклов конкурентных преимуществ, жесткие ограничения в использовании конкретных факторов.

Конкурентные преимущества достигаются за счет творческой наступательной стратегии, которой сложно противостоять конкурентам. Оборонительные стратегии помогают защитить, сохранить и продлить жизненный цикл конкурентного преимущества. Длительность этапа создания преимущества зависит от характеристики конкуренции в отрасли, от уникальности товара, степени новизны технологий и угрозы появления новых конкурентов.