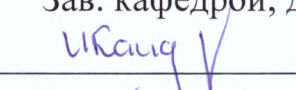




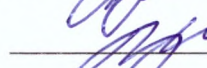

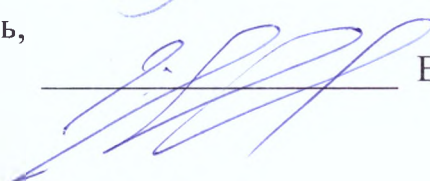
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Факультет технологий управления и гуманитаризации  
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:  
Зав. кафедрой, доцент  
 И.Н. Кандричина  
«18» июня 2024 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА  
**ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ  
ПРЕДПРИЯТИЯ**

Специальность: 1–26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

Направление: 1-26 02 02-03 Менеджмент (производственный)

Студент–дипломник, гр. 10801320		Д.Р. Жумаев
Руководитель, д.п.н, профессор		В.Ф. Володько
Консультант, д.п.н, профессор		В.Ф. Володько
Консультант по технологической части, к.п.н доцент		О.М. Володько
Ответственный за нормоконтроль, преподаватель		Е.О. Шнип

Объем работы:

дипломная работа – 85 страниц;

графическая часть – 8 листов

Цифровые носители – 1 диск.

Минск 2024

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 85 страниц, 6 рисунков и схем,  
20 таблиц, 41 использованный источник

### КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА, МАРКЕТИНГ, КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА, КОНКУРЕНТНАЯ ПОЗИЦИЯ

*Цель* дипломной работы – исследование конкурентоспособности базового предприятия, и разработка путей ее повышения.

*База* исследования – торговое предприятие «Евроторг».

*Задачи* дипломного исследования:

1. Исследование теоретических аспектов конкурентоспособности предприятия;
2. Анализ производственной деятельности и конкурентоспособности предприятия «Евроторг»;
3. Разработка программы повышения конкурентоспособности предприятия «Евроторг»;
4. Выработка технологии реализации предложенной программы.


Актуальность темы исследования заключается в том, что в рыночных условиях особое значение приобретает проблема повышения конкурентоспособности предприятия.

В работе использовались *методы исследования*: аналитические, статистические, синтетические, матричные, сравнения, анкетирования, наблюдения, интервьюирования, оценки финансового состояния, экспертных оценок, моделирования ситуации, комплексный анализ проблемы и др.

Элементом новизны полученных результатов является: исследование теоретических аспектов конкурентоспособности предприятия, анализ современных теорий конкурентоспособности, исследование путей повышения конкурентоспособности современного торгового предприятия.

Область возможного практического применения результатов – предприятие «Евроторг» и другие торговые предприятия.

Автор подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные из литературных источников идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.

  
(подпись автора)

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Азоев, Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А.П.Челенков. – М.: Новости, 2000. – 256 с.
2. Артемьева, О. А. Финансовый маркетинг: теория и практика / О.А.Артемьева; под общ. ред. С. В. Карпова. – М.: Юрайт, 2013. – 424 с.
3. Ассель, Г. Маркетинг: принципы и стратегия / Г. Ассель. – М.: Инфра-М, 2014. – 254 с.
4. Богомолова, И.П. Анализ формирования категории конкурентоспособности как фактор рыночного превосходства экономических объектов / И.П. Богомолова, Е.В. Хохлов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 1 (45). – С. 113-119.
5. Габидова, М.Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / М.Ш. Габидова // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). – 2015. – С. 85-87.
6. Голубков, Е.П. Основы маркетинга: учебник / Е.П. Голубков. – М.: Инфра-М, 2013. – 656 с.
7. Зайцев, Н.Л. Экономика, организаций и управление предприятием: учеб. пособие / Н.Л. Зайцев. – М.: ИНФРА-М (Сер. «Высшее образование»), 2014. – 468 с.
8. Казущик, А.А. Основы маркетинга: учеб. пособие / А.А. Казущик. – Минск: Беларусь, 2013. – 246 с.
9. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер и др.; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2003. – 944 с.
10. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, А. Гари; 5–е европейское изд. – М.: Вильямс, 2015. – 752 с.
11. Краюхин, Г.А. Методика анализа деятельности предприятий в условиях рыночной экономики / Г.А. Краюхин. – СПб.: Питер, 2003. – 346 с.
12. Лифиц, И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг / И.М. Лифиц. – М.: Высшее образование, 2005. – 390 с.
13. Макаров, А.М. Маркетинговая ориентация предприятия / А.М.Макаров. – Ижевск: Институт экономики и управления УдГУ, 2000.
14. Маркетинг: учебник / Под ред. А. Н. Романова. – М.: Банки и Биржи, 2000. – 558 с.
15. Мартынова, О. К. Контроль качества на предприятии / О.К.Мартынова // Стандарты и качество. – 2005. – № 5. – С. 35-43.
16. Мескон, М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф.Хедоури; пер. с англ. – М.: Дело, 2003. – 251 с.

17. Миргородская, Е. О. Конкурентоспособность как интегральное свойство рыночной системы хозяйствования / Е. О. Миргородская // *Философия хозяйства*. – 2005. - № 4/5. – С. 203-209.
18. Миронов, М. Г. Ваша конкурентоспособность / М. Г. Миронов. – М., 2004. – 142 с.
19. Мишин, В. М. Сбыт как элемент маркетинга / В. М. Мишин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 463 с.
20. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: учеб. пособие / Ю.В. Морозов. – М.: Дашков и К°, 2016. – 148 с.
21. Пипко, Е. Г. Формирование комплексной стратегии на рынке в условиях конкуренции / Е. Г. Пипко. – М.: Идея, 2007. – 181 с.
22. Портер, М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей конкурентов / М. Портер. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 208 с.
23. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его успешность / М. Портер; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
24. Портер, М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / М. Портер; пер. с англ. – М., 2003. – 265 с.
25. Родионова, Л. Н. Оценка конкурентоспособности продукции / Л.Н.Родионова, О. Г. Кантор, Ю. Р. Хакимова // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2005. – № 1. – С. 63-77.
26. Рубин, Ю.Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. Монография / Ю.Б. Рубин; 3-е изд. – М.: Маркет ДС, 2016. – 458 с.
27. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г.В. Савицкая. – Минск: Новое знание, 2001. – 688 с.
28. Сергеев, И.В. Экономика организаций (предприятий): учебник / И.В.Сергеев, И.И. Веретенникова; под ред. И.В.Сергеева. – М.: Велби; Проспект, 2015. – 372 с.
29. Третьяк, В.П. Основы маркетинга: учебное пособие / В.П. Третьяк, О.А.Третьяк, В.А. Шевандин. – СПб.: ПГУПС, 2003. – 113 с.
30. Фасхиев, Х.А. Как измерить конкурентоспособность предприятия? / Х.А. Фасхиев // *Маркетинг в России и за рубежом*. – № 4. – С. 11-14.
31. Фасхиев, Х.А. Оценка экономической эффективности качества и конкурентоспособности изделий / Х.А. Фасхиев // *Вестник машиностроения*. – 2003. – №10. – С. 59-66.
32. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Маркетинг, Дашков и К°, 2002. – 892 с.

33. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность организации / Р. А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 340 с.
34. Фатхутдинов, Р.А. Оценка конкурентоспособности / Р.А. Фатхутдинов // Промышленность России. – 2016. – № 3. – С. 62-67.
35. Хайек, Ф. Познание, конкуренция и свобода: учебное пособие / Ф.Хайек. – СПб.: Пневма, 2004. – 347 с.
36. Черемных С.В. Моделирование и анализ систем. IDEF-технологии: практикум / С.В.Черемных, И.О. Семенов, В.С. Ручкин. - М.: Финансы и статистика, 2006. - 192 с.
37. Четыркина, Н.Ю. Конкурентоспособность предприятия: природа, источники и факторы / Н.Ю. Четыркина // Теория и практика общественного развития. 2019. № 10. С. 53-55.
38. Шкардун, В. Интегральная оценка конкурентоспособности предприятия / В. Шкардун // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 4. – С. 21-28.
39. Бизнес-планы ООО «Евроторг» на 2021–2023 годы.
40. Бухгалтерские отчеты ООО «Евроторг» за 2021–2023 годы.