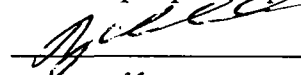


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор

 В.Ф. Володько

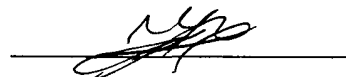
«17» июня 2021 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
**ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ОРГАНИЗАЦИИ**

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

Специализация: 1-26 02 02-05 Менеджмент (международный)

Студент-дипломник, гр. 10801117

 В.Ч. Кропо

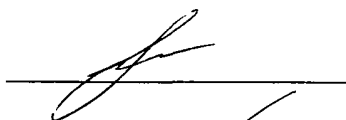
Руководитель, ст. преп

 Н.Г. Аснович

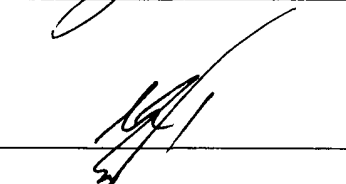
Консультант, ст. преп.

 Н.Г. Аснович

Консультант по технологической
части, к.п.н, доцент

 О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,
преподаватель

 М.С. Рызванович

Объем работы:

дипломная работа – 80 страниц;

цифровые носители – 1 диск;

графическая часть – 8 листов.

Минск 2021

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 80 страниц, 9 рисунков и схем, 25 таблиц, 19 использованных источников.

КУНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ, КРИЗИС, МАРКЕТИНГ, ОБЪЕМ ПРОДАЖ, КЛИЕНТСКАЯ БАЗА

Объектом и предметом исследования является: ЧУП «Интер фенс» и его конкурентоспособность.

Цель работы: анализ конкурентоспособности на примере конкретного белорусского предприятия.

В процессе работы проведены следующие исследования и разработки: представлено теоретическое обоснование понятия «конкурентоспособность», рассмотрены ее методы организации, функции. Проведен конкретный анализ хозяйственной и сбытовой деятельности. В круг исследуемых проблем вошли: организационно-экономическая характеристика предприятия (история развития, основные направления деятельности, проблемы, с которыми сталкивалось предприятие и т.д.); товарная политика предприятия (ассортимент продукции, структура себестоимости товара); характеристика и оценка конкурентов предприятия; характеристика покупателей предприятия; политика распределения товаров.

В ходе выполнения дипломной работы некоторые предложения по совершенствованию конкурентоспособности были внесены в перспективный план развития предприятия. В частности, создания на предприятии службы маркетинга и сбыта; подключение предприятия к сети Internet; развитие сервисной службы, гибкая система скидок, сертификаты.

Технико-экономическая и социальная значимость предложенных разработок: выход предприятия из кризиса и его развитие, создание новых рабочих мест, улучшение условий труда, увеличение объема продаж, расширение клиентской базы.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции 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, 2010. – 312 с.
2. Абрамова, В.Л. Маркетинговое управление конкурентоспособностью экономических систем / В.Л. Абрамова // Маркетинг в РБ и за рубежом. – 2013. – № 3. – С. 24-29.
3. Алиева, А.Н. Клиентоориентированность / А.Н. Алиева // Управление персоналом. – 2012. – № 6. – С. 16-19.
4. Арбатская, Е.А. Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия / Е.А. Арбатская // Известия ИГЭА. – 2012. – № 1. – С. 118-121.
5. Ахматова, М. Теоретические модели конкурентоспособности / М. Ахматова, Е. Попов // Маркетинг. – 2013. – № 2. – С. 32-37.
6. Баумгартен, Л.В. Анализ методов определения конкурентоспособности организаций и продукции / Л.В. Баумгартен // Маркетинг в РБ и за рубежом. – 2012. – № 4. – С. 27-32.
7. Бирюкова, Л.И. Системы менеджмента качества организации / Л.И. Бирюкова, С.М. Вдовин, Т.А. Салимова – М.: Инфра-М, 2014. – 299 с.
8. Бронникова, Т.С. Развитие методологии формирования рыночного потенциала предприятия: монография / Т.С. Бронникова, В.В. Котрин. – Королёв: ФТА, 2012. – 212 с.
9. Виноградова, С.Н. Организация и технология торговли: учеб. пособие / С.Н.Виноградова. – СПб.: Питер, 2012. – 224 с.
10. Володько, В.Ф. Организация производства и управление предприятием / В.Ф. Володько. – Минск: БНТУ, 2017. – 493 с.
11. Володько, В.Ф. Основы менеджмента / В.Ф. Володько; 3-е изд. – Минск: АiВ, 2010. – 307 с.
12. Волонцевич, Е.Ф. Конкурентоспособность организаций / Е.Ф. Волонцевич, Г.К. Козлова. – Минск: БГЭУ, 2010. – 208 с.
13. Голочева, А.С. Конкурентоспособность организации: учеб. пособие / А.С.Голочева. – Минск: Выш. шк., 2012. – 244 с.
14. Джонсон, М. Ориентация на клиента – ключевой фактор успеха предприятия / М. Джонсон // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – №2. – С. 10-13.

15. Елизарова, А.Г. Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия / А.Г. Елизарова // Молодой ученый. – 2013. – № 4.
16. Ильин, М.Т. Влияние маркетинговой деятельности на конкурентоспособность предприятия / М.Т. Ильин. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 215 с.
17. Кольган, М.В. Программа лояльности как подходящий механизм создания наглядного конкурентного отличия / М.В. Кольган // Вестник ДГТУ. – 2015. – № 5. – С. 61-63.
18. Коротков, А.М. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки / А.М. Коротков // Маркетинг в РБ и за рубежом. – 2007. – № 6. – С.33-41.
19. Карпов, А.Л. Конкурентоспособность: тактика и стратегия промышленного предприятия / А.Л. Карпов. – Омск: ОГУ, 2011. – 223 с.