СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc127285158)

[1 Теоретические основы конкурентоспособности 6](#_Toc127285159)

[1.1 Понятие и сущность конкуренции и конкурентоспособности 6](#_Toc127285160)

[1.2 Факторы конкурентоспособности предприятия 10](#_Toc127285161)

[1.3 Методы оценки конкурентоспособности 15](#_Toc127285162)

[2 Оценка конкурентоспособности ООО «Вольфсбург» 22](#_Toc127285163)

[2.1 Организационно-экономическая характеристика компании 22](#_Toc127285164)

[2.2 Анализ маркетинговой среды ООО «Вольфсбург» 29](#_Toc127285165)

[2.3 Анализ и оценка текущей конкурентоспособности ООО «Вольфсбург» 39](#_Toc127285166)

[3 Разработка мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности ООО «Вольфсбург» 43](#_Toc127285167)

[3.1 Рекомендации по повышению конкурентоспособности компании 43](#_Toc127285168)

[3.2 Оценка эффективности предлогаемых мероприятий 53](#_Toc127285169)

[Заключение 56](#_Toc127285170)

[Список использованных источникова 60](#_Toc127285171)

[Приложение А 65](#_Toc127285172)

[Приложение Б 66](#_Toc127285173)

## ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время рынок автосервисных услуг г. Екатеринбурга развивается достаточно быстро и на нем существует серьезная конкуренция, причем сильные игроки характеризуются высоким качеством предоставляемых технических услуг. Основную цель развития техцентров составляет повышение качества их оказания. Но реализовать это требование в условиях некачественных автозапчастей, удорожания расходных материалов и низкого уровня квалификации персонала достаточно сложно.

Ссылаясь на закон Российской Федерации «О защите конкуренции» гл. 1 ч. 4, можно дать следующее определение конкуренции: «конкуренция – соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке» [1].

Актуальность данной выпускной квалификационной работы заключается в том, что в настоящее время в автобизнесе существует проблема, хорошо знакомая каждому владельцу бизнеса: что предложить потребителю то, чего еще не предложил конкурент. Выбрать стратегию продвижения, выделиться из общей массы подобных компаний становится все сложнее, особенно если речь идет об автосервисах и продаже автозапчастей. Конкуренция становится выше, все меньше возможностей заинтересовать клиента, чтобы он стал постоянным. Главная задача бизнеса сегодня не столько выжить, сколько сохранить докризисное положение и структуру компании.

Стремясь повысить конкурентоспособность, компания сталкивается с такими проблемами: выбор объективных методов оценки и анализа конкурентоспособности; разработка мероприятий по ее повышению. Они тесно взаимосвязаны, так как результаты оценки служат исходными данными для формирования рекомендаций по повышению конкурентоспособности компании. Анализ конкурентоспособности компании должен проводиться комплексно, сильные и слабые стороны должны быть рассмотрены и детально проанализированы. Проведение такой оценки позволит определить истинное положение компании на рынке, установить ее конкурентные преимущества.

Объектом исследования работы является организация ООО «Вольфсбург».

Предмет исследования - конкурентоспособность предприятия ООО

«Вольфсбург».

Цель выпускной квалификационной работы - оценка конкурентоспособности предприятия ООО «Вольфсбург» и разработка мероприятий, способствующих повышению конкуренции.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнение следующих задач:

* рассмотреть теоретические основы оценки конкурентоспособности;
* оценить конкурентоспособность ООО «Вольфсбург»;
* разработать мероприятия направленные на повышение конкурентоспособности ООО «Вольфсбург»;
* оценить эффективность предлагаемых мероприятий.