СОДЕРЖАНИЕ:

[Введение 3](#_bookmark0)

1. [Теоретические аспекты конкурентоспособности торгового розничного](#_bookmark1) [предприятия 5](#_bookmark1)
	1. [Основные направления конкурентоспособности 5](#_bookmark2)
	2. [Обзор методик оценки конкурентоспособности торгового розничного](#_bookmark8) [предприятия 16](#_bookmark8)
	3. [Способы оценки эффективности конкурентоспособности организации 23](#_bookmark13)
2. [Анализ конкурентоспособности ООО «АШАН» 26](#_bookmark14)
	1. [Характеристика деятельности ООО «АШАН» 26](#_bookmark15)
	2. [Анализ конкурентной среды и маркетинговой ситуации на рынке 33](#_bookmark19)
	3. [Исследование потребителей ООО «АШАН» 47](#_bookmark26)
	4. [Оценка внутреннего потенциала ООО «АШАН» 51](#_bookmark28)
3. [Рекомендации по повышению конкурентоспособности предприятия ООО](#_bookmark37)

[«АШАН» 65](#_bookmark37)

* 1. [План мероприятий по повышению конкурентоспособности организации](#_bookmark38)

[. 65](#_bookmark38)

* 1. [Оценка эффективности мероприятий 75](#_bookmark41)

[Заключение 80](#_bookmark44)

[Список используемых источников 82](#_bookmark45)

[Приложения 87](#_bookmark73)

ВВЕДЕНИЕ

В современном бизнесе особое значение приобретает конкурентоспособность компаний розничной торговли, которая позволяет преуспевать в условиях высокой конкурентной борьбы и экономической нестабильности. Проблема повышения конкурентоспособности становится важнейшей в условиях рыночной экономики. Эта тема всегда актуальна, но в последнее время становится еще более важной в связи с увеличением числа компаний в сфере розничной торговли.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности ООО "АШАН" на рынке розничной торговли.

Объектом данного исследования является ООО "АШАН" – одна из крупнейших розничных торговых компаний, успешно функционирующая на рынке и обладающая впечатляющей сетью гипермаркетов.

Основная задача – проведение комплексного анализа деятельности компании, выявление проблем и возможностей, а также разработка стратегий и методов для улучшения текущего положения компании на рынке.

Предмет данного исследования – система управления конкурентоспособностью на примере ООО "АШАН", включая анализ и оценку внешних и внутренних факторов, влияющих на конкурентоспособность данного предприятия.

В ходе работы были рассмотрены основные факторы, влияющие на конкурентоспособность компаний розничной торговли. такие как эффективное управление поставками, инновационные технологии, стратегии ценообразования, улучшение качества обслуживания клиентов и другие.

Также было исследовано влияние внешних факторов, таких как изменения в потребительском спросе, экономическая ситуация, конкуренция и технологические изменения на конкурентоспособность розничных компаний.

Ожидается, что результаты исследования помогут выявить основные проблемы и слабые места компаний розничной торговли в конкурентной среде, а также предложат конкретные рекомендации и стратегии, которые помогут им повысить свою конкурентоспособность.

Написание выпускной квалификационной работы включало следующие методы исследования: теоретические (классификация, синтез, анализ, индукция, дедукция, сравнение и конкретизация), эмпирические (измерение, опрос, формализация), анализ полученных результатов путем статистической обработки, обобщение.

В первой главе рассматриваются основные понятия и виды конкурентоспособности торгового розничного предприятия.

Во второй главе проводится характеристика ООО «АШАН», анализ организационной структуры, анализ основных показателей деятельности ООО

«АШАН», анализ маркетинг микс по 7р, анализ целевой аудитории, анализ конкурентных сил на рынке FMGG, PEST-анализ, матрица бкг, SWOT-анализ, сравнительная характеристика конкурентов и строится многоугольник конкурентоспособности.

В третьей главе предлагается план мероприятий по повышению конкурентоспособности организации и производится оценка эффективности данных мероприятий.

Работа состоит из 3 глав, введения, заключения, списка использованных источников и содержит 25 таблиц и 10 рисунков.