СОДЕРЖАНИЕ

Введение ………………………………………………………………… 3

1 Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятия

1.1 Понятие конкуренции и конкурентоспособности

предприятия, их значение в современных условиях .. ………………. 6

1.2 Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия …. 13

1.3 Методика оценки конкурентоспособности предприятия ……. ….. 20

2 Анализ конкурентоспособности предприятия

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия … 30

2.2. Анализ внешней и внутренней среды предприятия……………... 34

2.3 Оценка конкурентоспособности предприятия …………………… 43

3 Пути повышения конкурентоспособности предприятия

3.1 Разработка мероприятий, направленных на

повышение конкурентоспособности предприятия ………………….. 51

3.2 Расчет экономической эффективности предлагаемых

мероприятий ……………………………………………………………. 56

Заключение ……………………………………………………………... 63

Список использованных источников …………………………………. 66

ВВЕДЕНИЕ

Общество никогда не стоит на месте, оно развивается. И это характерно для всех аспектов человеческой деятельности. Конкурентоспособность предприятия - это основополагающий фактор его выживаемости и эффективности. И это не случайно. В современных условиях между понятиями «конкурентоспособность» и «эффективность» ставится знак равенства, ведь пока компания проявляет способность оперативно и без серьезных собственных потерь подстраиваться под изменяющиеся рыночные условия, она будет иметь возможность развиваться и наращивать свой вес на рынке.

Конкуренция представляет собой цивилизованную и легализованную форму борьбы рыночных субъектов за наилучшие условия производства и сбыта продукции, с целью получения прибыли. В условиях рыночной экономики повышается значение конкуренции как основного механизма регулирования производственно-хозяйственного процесса.

Конкуренция является неотъемлемым механизмом рыночной экономики, а конкурентоспособность компании выступает прямым отражением ее способности вести на рынке конкурентную борьбу. Исходя из этого, можно говорить о том, что конкурентоспособность является важнейшим внешним фактором развития компании.

В общем смысле под конкурентоспособностью понимается способность компании распределять имеющиеся у нее ресурсы, эффективно их используя, что способствует развитию компании, а также рациональной деятельности на рынках капитала, труда и товаров (работ, услуг) в условиях влияния факторов внутренней и внешней среды.

Понятие «конкурентоспособность предприятия» очень многогранно и распространяется на все составляющие деятельности предприятия, такие как товар и его основные характеристики, а также организационные, финансовые и производственные характеристики самого предприятия.

Конкурентоспособность предприятия - это характеристика, отражающая отличия развития данной организации от развития организаций-конкурентов по степени удовлетворения своими товарами потребностей людей и по эффективности производственной деятельности. Когда предприятие имеет высокую конкурентоспособность, это сопровождается желанием и готовностью потребителей повторно приобретать продукцию данной организации, отсутствием различных претензий к фирме (со стороны общества, партнеров и собственников) и престижностью работы на нем.

В настоящее время в условиях рыночной экономики невозможно добиться стабильного успеха в предпринимательстве, если не рассчитать эффективность развития компании, не оценивать положение рынка в целом и место конкурентов на нем, не проводить анализ конкурентоспособности и сведений о собственных перспективах своей организации.

Предприятия придают большое значение анализу своих сильных и слабых сторон для оценки реальных возможностей в конкурентной борьбе и разработке мер и средств, за счет которых предприятие могло бы повысить конкурентоспособность и обеспечить свой успех. В процессе маркетингового исследования для оценки конкурентоспособности предприятия пользуются показателями, которые свидетельствуют о степени устойчивости положения предприятия, способности выпускать и реализовывать продукцию или услуги, пользующиеся спросом на рынке и обеспечивающих предприятию получение намеченных и стабильных конечных результатов.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы обусловлена тем, что в настоящее время наблюдаются тенденции усиления конкуренции на рынке. Это связано с тем, что на рынке появляется все больше товаров-аналогов, которые оцениваются потребителям не только с точки зрения платежеспособности, но и по степени удовлетворения потребностей. В этих условиях для достижения высокой конкурентоспособности от каждой компании требуется не только знание потребности потребителей, но и изучение всех возможных факторов, которые могли бы оказать прямое или косвенное воздействие на деятельность компании, а также определение относительной важности этих факторов.

Актуальность что необходимыми условиями достижения самоокупаемости и самофинансирования любого предприятия в условиях рынка являются ориентация на потребителя и конкурентов, гибкое приспособление к изменяющейся рыночной конъюнктуре. А это становится возможным только путем управления конкурентоспособностью предприятия и создания уникальных характеристик, отличающих его от аналогов на рынке в условиях конкуренции.

Цель выпускной квалификационной работы – определение путей повышения конкурентоспособности предприятия.

В соответствии с целью работы, поставленными задачами являются:

- изучить теоретические аспекты конкурентоспособности предприятия;

- провести анализ конкурентоспособности предприятия,

- определить пути повышения конкурентоспособности предприятия.

Объектом исследования является предприятие ООО «Автоцентр Уникум».

Предмет исследования – конкурентоспособность предприятия ООО «Автоцентр Уникум».

Теоретической основой исследования стали учебные издания, монографии и научные публикации российских и зарубежных ученых, практиков в области стратегического менеджмента и маркетинга.

Методологическую базу исследования составили метод группировок, метод сравнения, экономический анализ, SWOT-анализ.

Информационной базой исследования стали материалы статистической отчетности ООО «Автоцентр Уникум».

Структурно работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников