Содержание

[Введение 3](#_Toc137156459)

[1. Теоретические аспекты разработки конкурентной стратегии компании 6](#_Toc137156460)

[1.1 Сущность и факторы конкурентоспособности компании 6](#_Toc137156461)

[1.2 Классификация видов конкурентной стратегии компании 13](#_Toc137156462)

[1.3 Направления повышения и методы оценки конкурентоспособности компании 19](#_Toc137156463)

[2 Анализ конкурентоспособности ООО «СтройСервис» на строительном рынке 29](#_Toc137156464)

[2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия ООО «СтройСервис» 21](#_Toc137156465)

[2.2 Анализ маркетинговой деятельности компании ООО «СтройСервис» 34](#_Toc137156465)

[2.3 Анализ конкурентной среды компании ООО «СтройСервис» 39](#_Toc137156466)

[3 Рекомендации по разработке конкурентной стратегии ООО «СтройСервис» 50](#_Toc137156467)

[Заключение 59](#_Toc137156468)

[Список использованных источников 62](#_Toc137156469)

[Приложения 67](#_Toc137156470)

# Введение

Актуальность исследования. Конкуренция в настоящее время стала неотъемлемой частью рыночной среды, а также, является необходимым условием развития предпринимательской деятельности. При ведении бизнеса в современных условиях очень важно знать, что представляет собой конкуренция и как действовать в ее условиях. Любая организация, функционирующая на современном рынке, заинтересована в положительном и эффективном результате своей деятельности. Это усиливает необходимость повышения ее конкурентоспособности и, выпускаемых ею товаров, оказываемых услуг. Поэтому, приобретение определенного уровня конкурентоспособности – это стратегическая задача для любой организации. Для верного определения направления, в котором должна двигаться организация, а также, повышения уровня ее конкурентоспособности, организации необходимо правильно оценивать быстро меняющуюся внешнюю среду и возможности своего внутреннего потенциала.

В современной рыночной ситуации компании все больше придают значения оценке своих сильных и слабых сторон, реальной оценке возможностей и угроз, окружающих организацию. За счет этих показателей, компании могут разработать комплекс мер, которые помогут в конкурентной борьбе, а также помогут повысить уровень конкурентоспособности.

Компании стали уделять большое внимание оценке внешней среды, их окружающей. Нестабильная ситуация на рынке, влияние политических или социальных факторов может оказать значительное влияние на функционирование организации. Своевременная и правильная оценка данных факторов помогает эффективно реагировать на изменения внешней среды, закреплять свои позиции в условиях развивающегося рынка и большого количества конкурентов. Проведение глубокого и тщательного анализа конкурентов компании помогает оставаться конкурентоспособным предприятием на рынке. Для этого нуждаются в оценке и анализе конкурентные преимущества, производственные мощности, персонал, маркетинг, ассортимент, цены и другие показатели организации.

Актуальность выпускной квалификационной работы обусловлена тем, что в современных условиях происходит усиление конкуренции, и чтобы компаниям выйти на рынок, выжить в конкурентной среде необходима разработка конкурентной стратегии. В практике современных хозяйствующих субъектов разработка и реализация конкурентных стратегий являются основным направлением деятельности конкурентоспособной компании.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка конкурентной стратегии строительной компании.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

* рассмотреть теоретические аспекты разработки конкурентной стратегии компании;
* проанализировать конкурентоспособность ООО «СтройСервис» на строительном рынке;
* дать рекомендации по разработке конкурентной стратегии ООО «СтройСервис».

Объектом исследования выступает ООО «СтройСервис».

Предметом исследования выступает конкурентная стратегия ООО «СтройСервис».

Теоретическую и методологическую базу исследования составляют труды ученых-экономистов по проблемам экономики (А. Н. Байдаков, А. Г. Грязнова, Д. В. Запорожец, А. Ю. Юданова, Л. И. Черникова, Т. В. Копышева), конкурентоспособности и конкурентных стратегий (И. А. Адамчук, Р. Ш. Азитов, В. А. Быков, Е. А. Горбашко, Н. Ю. Волкова, В. В. Квасникова, В. В. Криворотов, А. Г. Мокроносов, Т. Н. Парамонова, Н. М. Розанова, Т. Н. Рыжикова, В. И. Фомичев, Р. Х. Хасанов, В. В. Царев, Ю. А. Цыпкин), маркетинга (Т. П. Данько, Е. И. Комаров, Ф. Котлер, М. В. Мельник, Д. С. Нуралиева, С. У. Нуралиев, Р. А. Фатхутдинов).

При написании выпускной квалификационной работы в качестве источников информации выступают учебная, научная, методическая литература, материалы периодических изданий, специализированных интернет сайтов.

В процессе исследования использовались такие общенаучные методы и приемы как системный подход, наблюдение и сравнение, логический анализ, графический анализ, методы систематизации, классификации и группировки, метод стратегического анализа, статистические и балансовые методы.

Структура выпускной квалификационной работы состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, приложений.