СОДЕРЖАНИЕ

[ВВЕДЕНИЕ 3](#_Toc137154828)

[1 Теоретические аспекты эффективного управления конкурентоспособностью 5](#_Toc137154829)

[1.1 Понятие и сущность конкурентоспособности 5](#_Toc137154830)

[1.2 Факторы управления конкурентоспособностью компании 10](#_Toc137154831)

[1.3 Методы оценки конкурентоспособности компаний 15](#_Toc137154832)

[2 Анализ конкурентоспособности компании 28](#_Toc137154833)

[2.1 Общая характеристика банка ПАО «ВТБ» 28](#_Toc137154834)

[2.2 Анализ внешней среды банков России 33](#_Toc137154835)

[2.3 Анализ конкурентоспособности банка ПАО «ВТБ» 37](#_Toc137154836)

[3 Рекомендации по повышению конкурентоспособности банка ПАО «ВТБ» 46](#_Toc137154837)

[3.1 Обоснование эффективности предложенных мероприятий по повышению конкурентоспособности ПАО «ВТБ» 46](#_Toc137154838)

[3.2 Прогноз улучшения конкурентоспособности ПАО «ВТБ» 50](#_Toc137154839)

[Заключение 55](#_Toc137154840)

[Список используемых источников 59](#_Toc137154841)

# ВВЕДЕНИЕ

Современная рыночная экономика представляет собой сложнейший организм, состоящий из огромного количества разнообразных производственных, коммерческих, финансовых и информационных структур, взаимодействующих на фоне разветвленной системы правовых норм бизнеса, и объединяемых единым понятием – рынок. Борьба за долю рынка может быть выиграна только такой организацией, которая лучше понимает и быстрее удовлетворяет нужды своих покупателей.

Покупатели предпочитают иметь дело с предприятием, которое наиболее отвечает их требованиям. В сложившейся ситуации для успешной конкурентной борьбы предприятиям необходимо не только изучать внутренний и внешний рынок и вести маркетинговые исследования, также выявлять свои возможности, слабые стороны и уязвимые места конкурентов, но и оказывать управляющее воздействие на собственную конкурентоспособность и определять ее основные направления.

Актуальность выпускной квалификационной работы обусловлена тем, что заинтересованность предприятий в результатах своей деятельности усиливает необходимость повышения конкурентоспособности продаваемой продукции, что требует совершенствования работы всех служб и подразделений хозяйствующего субъекта.

Конечная цель любого предприятия – победа в конкурентной борьбе. Победа не случайная, а как закономерный итог постоянных и грамотных усилий деятельности. Достигается она или нет – зависит от конкурентоспособности товаров и услуг предприятия, т.е. от того, насколько они лучше по сравнению с аналогами – продукцией и услугами других торговых предприятий.

Цель выпускной квалификационной работы – на основе оценки конкурентных преимуществ предприятия разработать мероприятия по их укреплению. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

* раскрыть понятие конкурентоспособности предприятия, рассмотреть факторы, определяющие конкурентоспособность предприятия;
* охарактеризовать методы оценки конкурентоспособности предприятия;
* провести анализ ассортимента предприятия, а также анализ конкурентов;
* выявить конкурентные преимуществ ПАО «ВТБ»;
* разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности ПАО «ВТБ».

Объектом исследования выпускной квалификационной работы является ПАО «ВТБ»

Предметом исследования в выпускной квалификационной работе выступают процессы формирования и повышения конкурентоспособности предприятий.

Информационную базу исследования составили материалы исследуемого предприятия, бухгалтерская и управленческая отчетность, а также труды отечественных и зарубежных авторов.

Для решения поставленных задач в выпускной квалификационной работе использовались экономико–статистические методы, метод анализа, сравнения, методы социологического исследования, табличные и графические методы визуализации результатов исследования.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемых источников; содержит таблицы, рисунки, приложения.