СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

1 Теоретические аспекты конкурентоспособности продукции

1.1 Основные понятия конкурентоспособности продукции 6

1.2 Факторы, определяющие конкурентоспособность товаров и услуг 14

1.3 Показатели и методы оценки конкурентоспособности продукции 17

2 Анализ конкурентоспособности продукции

(на примере ООО «Альянс» (фитнес клуб «Riviera Wellness»))

2.1 Характеристика предприятия 25

2.2. Анализ внешней и внутренней среды предприятия 27

2.3 Оценка конкурентоспособности продукции 42

3 Пути повышения конкурентоспособности продукции

(на примере ООО «Альянс» (фитнес клуб «Riviera Wellness»))

3.1 Разработка рекомендаций, направленных на совершенствование

конкурентоспособности продукции 46

3.2 Расчет экономической эффективности предлагаемых

мероприятий 55

Заключение 61

Список использованных источников 64

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях успех развития бизнеса и рыночное место компании зависит от того, насколько компания конкурентоспособна, насколько конкурентоспособны предлагаемые ей продукция и услуги, то есть насколько продукция и услуги компании удовлетворяют рыночным требованиям и покупательским потребностям, насколько они выгодно отличаются от товаров-аналогов конкурентов.

Развитие современной экономики происходит с сопровождением введения в детальность компаний недостаточно знакомых и ранее не так активно используемых понятий, в том числе таких как «конкурентоспособность», которое представляет собой производное от понятий «конкурент» и «способность», что значит иметь способность к конкурентной борьбе.

Степень конкурентоспособности любой компании может быть определена, в конечном итоге, степенью конкурентоспособности продукции и услуг, предлагаемых компанией своим потенциальным потребителям. При этом конкурентоспособность компании и конкурентоспособность ее продукции и услуг соотносятся между собой как часть и целое. Компания получает возможность вести конкурентную борьбу на конкретном рыночном пространстве только в том случае, если продукция услуги компании конкурентоспособны.

Конкурентоспособность продукции и услуг компании - это некая относительная интегральная характеристика, которая отражает отличия этой продукции и услуг от аналогичных на рынке, соответственно, определяет привлекательность продукции и услуг для потребителей.

В последние годы понятие «конкурентоспособность продукции» рассматривается не только зарубежными, но и отечественными авторами. Не смотря на достаточно полное освещение данной проблемы в научной литературе, все еще не существует единого толкования этой экономически важной категории.

Многие авторы предлагают трактовки данного термина, которые во многом сходны по смыслу. Вместе с тем, те различия, которые все же присутствуют, в совокупности существенно дополняют предложенные формулировки, делая их более глубокими и конкретными, что, в конечном счете, дает более четкое представление о смысле рассматриваемого термина.

Аналитический срез термина «конкурентоспособность продукции», проведенный на основе его определений, демонстрирует не только многоаспектность изучаемой проблемы, но и назревшую необходимость синтезирования подходов к определению и выделению ярко выраженной специфики его толкования.

Актуальность выбранной для написания выпускной квалификационной работы темы обусловлена тем, что в рамках предпринимательской деятельности основным ключевым фактором успеха в конкурентной борьбе для предприятий является комплекс мер, направленных на повышение конкурентоспособности продукции и услуг, предоставляемых предприятием.

Цель работы состоит в разработке мероприятий по совершенствованию конкурентоспособности продукции предприятия.

Для достижения цели в работе поставлены следующие задачи:

- изучить теоретические аспекты конкурентоспособности продукции;

- провести анализ конкурентоспособности продукции предприятия;

- разработать рекомендации, направленные на совершенствование конкурентоспособности продукции предприятия и оценить экономическую эффективность предложенных мероприятий.

Объект исследования - ООО «Альянс» фитнес-клуб Riviera Wellness.

Предмет исследования – конкурентоспособность услуг фитнес-клуба Riviera Wellness.

При написании работы были использованы следующие методы исследования: аналитический метод, изучение научно-методической литературы и теоретических источников по теме работы; контент-анализ документов и материалов по деятельности фитнес-клуба Riviera Wellness, метод опроса, метод экспертных оценок.

Работа состоит из введения, 3 глав, заключения и списка использованных источников.