СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_bookmark0)

1. [Теоретические основы стратегического менеджмента компании в условиях](#_bookmark1) [международной конкуренции 5](#_bookmark1)
	1. [Содержание понятий стратегического менеджмента, международной](#_bookmark2) [конкуренции и конкурентной стратегии 5](#_bookmark2)
	2. [Методы оценки международной конкурентоспособности предприятия в](#_bookmark3) [стратегическом менеджменте 14](#_bookmark3)
	3. [Этапы разработки стратегии предприятия в условиях международной](#_bookmark4) [конкуренции 24](#_bookmark4)
2. [Анализ стратегического менеджмента торговой сети «Магнит» в условиях](#_bookmark5) [международной конкуренции 28](#_bookmark5)
	1. [Анализ стратегического менеджмента торговой сети «Магнит» 28](#_bookmark6)
	2. [Оценка международной конкурентоспособности торговой сети «Магнит»](#_bookmark7)

[. 31](#_bookmark7)

* 1. [Определение стратегических направлений развития торговой сети в](#_bookmark8) [условиях международной конкуренции 44](#_bookmark8)
1. [Разработка стратегии развития торговой сети «Магнит» в Республике](#_bookmark9) [Узбекистан 60](#_bookmark9)
	1. [Анализ узбекского рынка косметической продукции 60](#_bookmark10)
	2. [Стратегия экспансии торговой сети «Магнит» в Республике Узбекистан 65](#_bookmark11) [Заключение 76](#_bookmark12)

[Список использованных источников 80](#_bookmark13)

ВВЕДЕНИЕ

В современных экономических условиях деятельность каждого хозяйственного субъекта является предметом пристального внимания всех участников рыночных отношений, заинтересованных в результатах его функционирования. Поэтому основной целью каждой компании является сохранение и повышение своей международной конкурентоспособности среди других предприятий, которые осуществляют схожие виды деятельности и производят аналогичные товары. Ввиду этого, компании необходим выбор приоритетов и выработка конкурентной стратегии, в наибольшей степени соответствующей тенденциям развития рыночной ситуации и наилучшим образом использующей сильные стороны ее деятельности.

Данная тема чрезвычайно актуальна, так как эффективная конкурентная стратегия фирмы способствует созданию стабильного конкурентного преимущества, которое, в свою очередь, обеспечивает выживаемость в сложившихся рыночных условиях.

Объектом исследования выпускной квалификационной работы является торговая и международная деятельность ПАО «Магнит».

Предметом исследования выступает конкурентная стратегия торговой сети «Магнит».

Целью данной работы является разработка стратегии компании в условиях международной конкуренции.

Достижению поставленной цели способствует решение следующих задач:

* изучение теоретических аспектов стратегического менеджмента в условиях международной конкуренции;
* анализ стратегического менеджмента торговой сети «Магнит» в условиях международной конкуренции;
* разработка стратегии развития компании торговой сети

«Магнит».

Методологической основой выпускной квалификационной работы послужили такие методы исследования, как системный анализ, комплексный подход, сравнение, синтез, обобщение, систематизация, SWOT-анализ и многоугольник конкурентоспособности. При написании работы были использованы следующие материалы: учебные пособия и методические материалы российских и зарубежных авторов, отчетные документы компаний, научные статьи, статистические данные и электронные ресурсы.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав основной части, заключения и библиографического списка из 51 источника, содержит 21 таблицу и 19 рисунков.

В первой главе основной части работы изложен теоретический материал по заявленной теме, введены основные необходимые дефиниции в качестве объектов исследования, а также рассмотрены существующие методы оценки конкурентоспособности международных компаний.

Во второй главе проведен анализ деятельности компании «Магнит» на рынке розничной торговли, включающий в себя оценку международной конкурентоспособности и исследование стратегических альтернатив.

Третья глава включает в себя разработку управленческого решения в рамках выбранной конкурентной стратегии с подробным обоснованием и оценкой эффективности.