СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc131062245)

1 [Теоретические аспекты управления конкурентоспособностью мясокомбината 6](#_Toc131062246)

[1.1 Специфика деятельности мясокомбината 6](#_Toc131062247)

[1.2 Теоретические основы и методы анализа конкурентоспособности 10](#_Toc131062248)

[1.3 Современные подходы к управлению конкурентоспособностью предприятия 17](#_Toc131062249)

[2 Анализ маркетинговой ситуации АО «Комбинат пищевой «Хороший вкус» 26](#_Toc131062250)

[2.1 Характеристика деятельности АО «Комбинат пищевой «Хороший вкус» 26](#_Toc131062251)

[2.2 Анализ конкурентной среды АО «Комбинат пищевой «Хороший вкус» 35](#_Toc131062252)

[2.3 Анализ конкурентоспособности АО «Комбинат пищевой «Хороший вкус» 45](#_Toc131062253)

[3 Разработка рекомендаций по управлению конкурентоспособностью АО «Комбинат пищевой «Хороший вкус» 52](#_Toc131062254)

[3.1 Рекомендации по управлению конкурентоспособностью АО «Комбинат пищевой «Хороший вкус» 52](#_Toc131062255)

[3.2 Оценка предложенных мероприятий 55](#_Toc131062256)

[Заключение 64](#_Toc131062257)

[Список использованных источников 67](#_Toc131062258)

[Приложения 72](#_Toc131062259)

# Введение

Деятельность любой компании, функционирующей в настоящее время, ориентирована в конечном итоге на увеличение прибыли, которую она получает. При этом ключевым фактором, способствующим развитию и наращиванию прибыли, является устойчивая (и улучшающаяся) конкурентная позиция компании, то есть ее конкурентоспособность.

В современной практике менеджмента и маркетинга уровень конкурентоспособности можно расценивать, как один из ключевых индикаторов, отражающих эффективность управления и способность к обеспечению устойчивого роста компании. Поэтому управление конкурентоспособностью выступает одним из базовых инструментов обеспечения эффективного функционирования компании. Это в свою очередь обуславливает актуальность и необходимость постоянного мониторинга рыночной среды и занимаемой компанией конкурентной позиции, проведение оценки ее конкурентоспособности и выявления резервов и направлений ее повышения, совершенствования механизма управления ею в компании.

Объект исследования выпускной квалификационной работы – Акционерное общество «Комбинат пищевой «Хороший вкус».

Предметом исследования в работе является – управление конкурентоспособностью АО «Комбинат пищевой «Хороший вкус».

Цель выпускной квалификационной работы – оценка конкурентоспособности АО «Комбинат пищевой «Хороший вкус» и разработка рекомендаций по управлению ею на мясокомбинате.

Для достижения поставленной цели исследования в выпускной квалификационной работе решены задачи:

– исследовать теоретические аспекты управления конкурентоспособностью мясокомбината;

– проанализировать маркетинговую ситуацию и конкурентоспособность АО «Комбинат пищевой «Хороший вкус»;

– разработать рекомендации по управлению конкурентоспособностью для АО «Комбинат пищевой «Хороший вкус».

При написании выпускной квалификационной работы использованы такие общенаучные методы, как: наблюдение, сопоставление, обобщение и сравнение, методы вертикального и горизонтального анализа, а также специальные методы маркетинга, основанные на методологии PEST, SNW, БКГ и др.