СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc128480698)

[1 Теоретические основы конкурентоспососбности 5](#_Toc128480699)

[1.1 Понятие и сущность конкурентоспособности 5](#_Toc128480700)

[1.2 Факторы, определяющие конкурентоспососбность предприятия 10](#_Toc128480701)

[1.3 Методы оценки конкурентоспособности 15](#_Toc128480702)

[2 Анализ конкурентоспособности «АО Элевел Инженер» 29](#_Toc128480703)

[2.1 Организационно-экономическая характеристика торгового предприятия 29](#_Toc128480704)

[2.2 Анализ внешней среды 39](#_Toc128480705)

[2.3 Оценка конкурентоспособности торговых предприятий 46](#_Toc128480706)

[3 Пути укрепления конкурентоспособности «АО Элевел Инженер» 55](#_Toc128480707)

[3.1 Планирование основных экономических показателей 55](#_Toc128480708)

[3.2 Мероприятия, направленные на укрепление конкурентоспособности торгового предприятия 59](#_Toc128480709)

[Заключение 69](#_Toc128480710)

[Список используемых источников 71](#_Toc128480711)

[Пприложение А. Расчет товарооборачиваемости 76](#_Toc128480712)

# 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 преимущества АО «Элевел Инженер»;
* разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности АО «Элевел Инженер».

Объектом исследования выпускной квалификационной работы является АО «Элевел Инженер».

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