СОДЕРЖАНИЕ

|  |  |
| --- | --- |
| Введение | 3 |
| 1 Теоретические и методические аспекты управления конкурентоспособностью организации | 6 |
| 1.1 Сущность конкурентоспособности как экономической категории | 6 |
| 1.2 Методические подходы к оценке конкурентоспособности организации | 12 |
| 1.3 Стратегии повышения конкурентоспособности организации | 21 |
| 2 Анализ конкурентоспособности ООО «Профи-Оптика» | 28 |
| 2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Профи-Оптика» | 28 |
| 2.2 Анализ внешней среды организации | 36 |
| 2.3 Оценка конкурентоспособности сети салонов «Фокус»  | 42 |
| 3 Рекомендации по управлению конкурентоспособностью ООО «Профи-Оптика» | 51 |
| 3.1.Мероприятия по повышению конкурентоспособности сети салонов оптики | 51 |
| 3.2 Оценка экономической эффективности предложений | 61 |
| Заключение | 68 |
| Список использованных источников | 71 |

ВВЕДЕНИЕ

Развитие любого предприятия на конкурентном рынке требует от менеджмента постоянных усилий по формированию и развитию конкурентных преимуществ. Конкурентоспособность является важнейшей экономической категорией, отражает уровень развития экономики субъекта хозяйствования, будь то страна, отрасль, регион или компания. Этот показатель можно определить только на основе сравнения с конкурентными объектами, он отражает позицию организации на рынке и позволяет спрогнозировать перспективы ее развития. Исследование и оценка конкурентоспособности позволяют определить пути достижения конкурентных преимуществ. Особый интерес в этом плане представляет учет отраслевых особенностей бизнеса. Крупные сетевые салоны оптик, к числу которых относится и ООО «Профи-Оптика», функционируют на высококонкурентном рынке и неизбежно становятся перед необходимостью повышения собственной конкурентоспособности. Данные положения определяют актуальность темы исследования.

Необходимость постоянного развития конкурентного статуса салонов оптики требует стратегического планирования, системных преобразований в управлении, наличия методик и инструментов формирования конкурентных преимуществ, максимально полно учитывающих специфику развития современного потребительского рынка,

В качестве теоретической основы исследования выступили труды отечественных и зарубежных ученых и экономистов по исследуемой теме, таких как И. Бланк, А. Маршал, А. Гинзбург, В. Кантор, Г. Савицкая, А. Шеремет и др. и др., публикации в периодических изданиях («Экономический анализ», «Аудит и финансовый анализ», «Финансовый директор») интернет-ресурсы.

Особый интерес представляли также научные публикации в изданиях различного уровня, в которых освещены различные подходы к исследованию проблем в области управления эффективностью основных средств предприятий и многообразие их решений.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка рекомендаций по управлению конкурентоспособностью салона очковой оптики ООО «Профи-Оптика», относящейся к сети «Фокус».

Достижение вышеназванной цели требует решения следующих задач:

– изучить теоретические и методические аспекты управления конкурентоспособностью организации;

– провести анализ конкурентоспособности салона очковой оптики ООО «Профи-Оптика»;

– предложить мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности ООО «Профи-Оптика», и оценить их эффективность.

Объект исследования – сеть салонов оптики «Фокус», в частности салон очковой оптики ООО «Профи-Оптика». Предметом исследования является инструментарий управления конкурентоспособностью организации.

Методической базой исследования явились методы экономического анализа, такие как вертикальный и горизонтальный анализ, анализ финансовых коэффициентов, метод группировки и сравнения, методы экспертной оценки, технико-экономического обоснования мероприятий и стратегического анализа среды деятельности организаций.

Информационной базой явились нормативно-законодательная база РФ, данные статистики, финансовая отчетность и учредительные документы ООО «Профи-оптика», данные управленческого учета предприятия, результаты собственных исследований автора.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы состоит в возможности использования его результатов менеджментом салонов оптики при управлении конкурентоспособностью.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников.