

Тема: Конкурентоспособность предприятия ООО «.....»

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|--------------------|
| ВВЕДЕНИЕ | 5 |
| ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ | 7 |
| 1.1. Понятие конкурентоспособности предприятия, средства ее формирования | 7 |
| 1.2. Исследование факторов, влияющих на уровень конкурентоспособности продукции (услуг) | 13 |
| 1.3. Уровни, стадии и факторы конкурентоспособности предприятия | 22 |
| 1.4. Экономический механизм повышения конкурентоспособности предприятия | |
| 1.5. Реклама как способ продвижения продукта, расширения клиентской базы | 32 |
| ГЛАВА 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «.....» | 34 |
| 2.1. Характеристика предприятия, организационная структура управления ООО «Май» | 34 |
| 2.2. Анализ финансового состояния предприятия ООО «.....» | 36 |
| 2.2.1. Анализ имущества и источников финансирования предприятия | 40 |
| 2.2.2. Оценка ликвидности баланса предприятия | 45 |
| 2.2.3. Оценка финансовой устойчивости предприятия | 47 |
| 2.2.4. Оценка деловой активности предприятия | 53 |
| 2.2.5. Анализ финансовых результатов и рентабельности | 56 |
| 2.3. Анализ внутренней и внешней среды ООО «.....» | 62 |
| 2.4. Оценка конкурентных преимуществ ООО «.....» | 65 |
| 2.5. SWOT-анализ деятельности ООО «.....» | 66 |
| Выводы | 70 |
| ГЛАВА 3. МАРКЕТИНГОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «.....» | 72 |
| 3.1. Разработка мероприятий с целью повышения эффективности деятельности магазина ООО «.....» | 72 |
| 3.1.1. Открытие чайной комнаты, экономическая эффективность предлагаемого проекта | 74 |
| 3.1.2. Повышение качества обслуживания покупателей магазина «.....» | 81 |
| 3.1.3. Создание сайта магазина «.....» | 87 |
| 3.1.4. Договорная кампания | 91 |
| Выводы | 92 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 95 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ | 97 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ | 101 |

ВВЕДЕНИЕ

Рыночная экономика в России набирает всё большую силу. Вместе с ней набирает силу и конкуренция, как основной механизм регулирования хозяйственного процесса.

В современных экономических условиях деятельность каждого хозяйственного субъекта является предметом внимания обширного круга участников рыночных отношений, заинтересованных в результатах его функционирования. В связи с этим, актуальность темы данной дипломной работы очевидна: для того, чтобы обеспечивать выживаемость предприятия в современных условиях, управленческому персоналу необходимо, прежде всего, уметь реально оценивать экономическое состояние, как своего предприятия, так и существующих потенциальных конкурентов.

Конкурентоспособность предприятия - это способность успешно оперировать на конкретном рынке в данный период времени путем выпуска и реализации конкурентоспособных товаров и услуг.

Еще несколько десятилетий назад научная теория конкурентоспособности практически отсутствовала. Перелом внесли работы современного американского экономиста Майкла Портера и, прежде всего его концепция ценности товара для потребителя.

Управление конкурентоспособностью организации представляет собой область знаний и профессиональной деятельности, направленных на формирование и обеспечение достижения целей по повышению конкурентоспособности организации. Конкурентоспособность организации по структуре и содержанию представлена как взаимообусловленное единство двух составляющих: конкурентоспособности продукции и ресурсного потенциала организации.

Сущность конкурентоспособности организации - совокупность трудового и научно-производственного потенциала организации, способного создавать и производить продукцию определённого уровня конкурентоспособности.

Целью настоящей работы является определение путей и методов повышения конкурентоспособности товара или услуги. Исходя из целей дипломной работы требуется решить следующие задачи:

- определить понятие конкурентоспособности и факторы, влияющие на её состояние;
- изучить методы оценки конкурентоспособности предприятия;
- провести анализ факторов, влияющих на повышение конкурентоспособности;
- проанализировать финансово-хозяйственную деятельность ООО «.....»;
- рассмотреть и разработать мероприятия по обеспечению конкурентоспособности предприятия.

Объект исследования в работе - маркетинговые мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности предприятия ООО «.....».

Предмет исследования в работе - конкурентоспособность предприятия.

Структура исследования определяется поставленными целями и задачами исследования. Оно состоит из введения, трех глав, выводов, списка использованной литературы и приложений.