Мд\_Стратегический менеджмент и конкурентоспособность предприятия

Стр-57

[ВВЕДЕНИЕ](#_Toc118999792)

[1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ](#_Toc118999793)

[1.1 Понятие конкурентоспособности предприятия и факторы, влияющие на нее](#_Toc118999794)

[1.2 Роль стратегического менеджмента в повышении конкурентоспособности предприятия](#_Toc118999795)

[1.3 Методика и программа исследования](#_Toc118999796)

[2 ОЦЕНКА СУЩЕСТВУЮЩЕЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ В АО](#_Toc118999797)

[2.1 Общая характеристика организации и анализ её деятельности](#_Toc118999798)

[2.2 Анализ системы управления конкурентоспособностью АО](#_Toc118999799)

[2.3 Оценка эффективности конкурентного поведения АО](#_Toc118999800)

[3 ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ АО](#_Toc118999801)

[3.1 Разработка мероприятий по развития конкурентоспособности АО](#_Toc118999802)

[3.2 Экономическое обоснование и эффективность рекомендаций](#_Toc118999803)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ](#_Toc118999804)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ](#_Toc118999805)

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Конкурентоспособность предприятий – это возможность достичь определенных целей при сопротивлении со стороны других участников рынка. Она определяет, отвечает ли организация потребностям клиентов и способна ли она выпускать продукцию, которая уже давно является интересной и привлекательной. Сама конкуренция может относиться к факторам, которые никем не контролируются. Но понятие конкурентоспособности предприятий имеет другое значение.

Стратегическое управление важно для организаций. Стратегия – это основная деятельность всех руководителей, которые ищут методы и инструменты управления для создания конкурентных преимуществ и победы над конкурентами. Точно так же, как командиры направляют свои войска во время сражений, планируя каждое движение, менеджеры направляют людей и ресурсы к победе в деловом мире. В данном случае задача состоит в том, чтобы создать стратегии, которые дифференцируют бизнес и полностью соответствуют ожиданиям и потребностям клиентов, инвесторов и партнеров.

Проанализировав ныне используемые методы оценки конкурентоспособности компании, можно сделать вывод, что нет идеального метода комплексной оценки конкурентоспособности компании, необходимо использовать их совокупность.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Титар Р.А., «Конкурентные позиции». Энциклопедия менеджмента, том 1. Издания Vuibert, 2020. С. 251-256.
2. Рабе Б. и П. Калло. Инновации в основе возрождения конкурентоспособности // Менеджмент 2000, том 23. № 2. С. 85-107, март – апрель 2016 г.
3. Леска Х. Когда о компании говорят, что она устойчиво конкурентоспособна? На какие критерии опираются руководители компаний? // Бизнес, менеджмент и конкурентоспособность, Economica, С. 44-50. 2019.
4. Бенсебаа Ф. и Ж. Ле Гофф. Конкурентное взаимодействие: модель анализа, применяемая к изучению каналов сбыта // Французский журнал менеджмента. № 122. С. 50-60, январь – февраль 2020 г.
5. Амабиле С. и М. Гадиль. Использование Интернета, факторы конкурентоспособности «сети малого и среднего бизнеса» // Стратегия финансового контроля. вып. 9. № 1. С. 35-58, март 2020 г.