Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/290678>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Брендинг

Введение 2

1 Сущность конкуренции. Конкурентоспособность международных компаний и ее особенность 3

2 Характеристика инновационной деятельности как фактора повышения конкурентоспособности 9

3 Международная конкурентоспособность на глобальных рынках: пример ПАО ГМК «Норильский никель» 12

4 Конкурентоспособность конкретных отраслей производства РФ (на примере сельского хозяйства).

Особенности разработки фирменного стиля для сельскохозяйственных компаний как повышение конкурентоспособности 15

Заключение 20

Список используемой литературы 21

Введение

Глобализация влияет на условия конкуренции во многих странах мира, изменяя их в отдельных секторах и создавая существенные различия в некоторых из них. Технологические достижения оказывают значительное влияние на потребительские предпочтения, что обуславливает необходимость применения различных стратегий конкуренции на мировой арене. Основные черты современного мирового экономического развития:

– мировая экономика перестала быть международной, став глобальной ближе к середине 1970-х годов;

– основным феноменом, формирующим мировую экономику,

является денежный поток, а не торговля товарами;

– трудовые и природные ресурсы являются традиционными факторами производства;

– экономика все чаще оказывалась во второстепенном статусе, деньги не выступают фактором, который обеспечивает конкурентное превосходство страны.

Главная цель мировой экономики – не максимизация прибыли, а рыночная максимизация, и торговля становится функцией сопровождения инвестиций. Теоретические представления свидетельствуют о том,

что единственная единица, которая может создавать эффективную экономическую политику, –

национальное государство, что не соответствует мнению современных авторов, выделяющих четыре

единицы мировой экономики. Первая – национальное государство, вторая – региональное, третья –

реальный рынок, который формируется денежными, кредитными и инвестиционными потоками, и

четвертая – глобальные предприятия, которые используют весь мир, как единый рынок. При формировании

экономической политики взаимоотношения между регионами становятся все более тесными, и концепция

глобальной экономики становится более актуальной.

Целью данной работы является рассмотрение темы международной конкуренции.

1 Сущность конкуренции. Конкурентоспособность международных компаний и ее особенность

Современное развитие экономики усиливает конкуренцию между компаниями за завоевание рынков сбыта и требует разработки механизмов управления, способствующих достижению целей с высокой экономической эффективностью.

Поэтому конкуренция обязывает все предприятия уделять все больше внимания вопросам качества, что является одним из основных факторов обеспечения прибыли и конкурентоспособности в условиях рыночной экономики.

Как показывает отечественный и зарубежный опыт, проблема повышения

конкурентоспособности продукции является предметом целенаправленной стратегической разработки на всех уровнях, начиная от индивидуального, заканчивая отраслевым .

Переход страны к социально ориентированной рыночной экономике, сопровождавшийся уменьшением запасов оборудования, сырья, прочного государственного заказа, с одной стороны, привел к тотальной интервенции всех видов иностранных товаров, с другой стороны, привел к спаду производства, с

вытекающими отсюда экономическими и социальными последствиями. Ситуация усугублялась также в связи с моральным и физическим износом существующих материальных активов, слабой

платежеспособностью традиционных потребителей и исторически сложившейся необходимостью

поддержания социальной инфраструктуры. В таких условиях необходимо активно решать проблемы эффективности производства, повышать качества конечной продукции агрохолдингов и обеспечивать высокий уровень конкурентоспособности. Из-за этого становится актуальной проблема разработки и внедрения методов решения проблемы конкурентоспособности продукции.

В системе рыночной экономики категория «конкурентоспособность» является одной из ключевых, выражающих не только экономические, научно - технические, производственные, организационные, управленческие, маркетинговые и другие возможности отдельного предприятия, но и экономики страны. Эти возможности реализуются в конкуренции товаров и услуг как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Но это одна, видимая сторона изучаемой категории. За этим стоят другие, более значимые факторы, к которым относятся структура государственного устройства страны, ее способность обеспечивать устойчивое динамическое развитие национальной экономики и связанное с ней благосостояние общества. Конкурентоспособность продукции - это совокупность качественных и стоимостных показателей выпускаемой продукции, которая обеспечивает удовлетворение индивидуальной потребности заказчика (потребителя). Следовательно, товар, обладающий потребительскими и стоимостными характеристиками, обеспечивает его коммерческий успех и создает условия для того, чтобы широкий спектр других аналогичных товаров выгодно монетизировался и был конкурентоспособным на товарном рынке. Иными словами, конкурентоспособны только новые виды товаров, не имеющие аналогов на рынке. В экономической науке сложились три основных подхода в исследовании конкуренции:

- поведенческий: «конкуренция есть стремление как можно лучше удовлетворить критериям доступа к редким благам»;
- структурный: акцент смещается с борьбы конкурентов друг с другом на анализ структуры рынка, условий, господствующих на нем;
- функциональный: характеризует конкуренцию с позиции выполняемых ею экономических функций.

В связи с усилением конкуренции на глобальных рынках, компании должны выявлять факторы конкурентоспособности и вырабатывать соответствующие стратегии, в том числе в отношении формируемого бизнес-портфеля.

В условиях интенсивной конкуренции компании должны выработать и применять отличающуюся от других стратегию, обеспечивающую большую ценность продукта, гибкость его предложения, формами и способами продвижения. Конкурентные преимущества могут быть также обеспечены диверсификацией деятельности фирм.

Конкурентоспособность страны определяется уровнем производительности страны, способностью производить более высокий доход для своих граждан, характеризует ее положение на мировом рынке и ее национальную безопасность. Одним из способов повышения конкурентоспособности является создание рабочих мест в инновационных отраслях.

Конкурентоспособность наций – это одно из самых примечательных достижений в области современного управления. По мнению Майкла Портера производительность рабочей силы и эффективность использования капитала внутри страны являются наиболее значимыми факторами, определяющими конкурентоспособность на национальном уровне, обеспечивающую постоянно растущий уровень жизни своих граждан. Повышение устойчивой производительности требует постоянно совершенствования. Национальные компании должны постоянно увеличивать производительность в рамках существующих секторов путем повышения качества продукции, добавления различных особенностей, улучшения производственной активности.

- 1) Андрущук, В.В. Конкурентоспособность страны в контексте инновационного развития / В.В. Андрущук // Научное обозрение: теория и практика. – 2019. – Т. 9. – No 11 (67). – С. 1670-1676.
- 2) Безновская, В.В. Зарубежный опыт стимулирования инновационных процессов / В.В. Безновская, Н.В. Коваленко, И.М. Константинов // Актуальные проблемы в современной науке: теория и практика: II-я Международная научно-практическая конференция, Москва, 14 мая 2018 года. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Учебно-методический центр «Триада», 2018. – С. 5-12.
- 3) Белер.Г. Методы исследования рынка. Г.Белер; Пер. с немецкого. В.М. Бирюков, С.С. Дмитров. Изд.: Гурамн. Центр, Харьков, 2019, 296 с.
- 4) Гурков, И. Б. Фирменный стиль и его влияние на деятельность фирмы / И. Б. Гурков // Маркетинг. 2018. – No 1. – С. 31-32.

- 5) Коваленко Н. В., Безновская В. В. Влияние инновационного развития на конкурентоспособность// АВТОМОБИЛЬ .ДОРОГА.ИНФРАСТРУКТУРА. 2022. № 3. С. 17-20
- 6) Носенко К.С., Абдулгасис В.С. Конкурентоспособность продукции// СОВРЕМЕННЫЕ УСЛОВИЯ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В НАУКЕ И ОБРАЗОВАНИИ. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Том Часть 2. Уфа, 2022. С. 62-70
- 7) Прусова, В.И. Роль инноваций в макроэкономике / В.И. Прусова, Н.В. Коваленко, В.В. Безновская // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2017. – No 11. – С. 181-184.
- 8) Филькевич И. А., Чжан Цзыхао. Повышение международной конкурентоспособности компании на глобальных рынках// Scientific Cooperation Center "Interactive plus", 2022. № 1. С. 3-6
- 9) Ясакова Ю.Р., Заруднева А.Ю. Особенности разработки фирменного стиля для сельскохозяйственных компаний//PRIORITY DIRECTIONS OF SCIENTIFIC RESEARCH. ANALYSIS, GOVERNANCE, PROSPECTS. Collection of articles based on the results of International scientific and practical conference. Sterlitamak, 2022. С. 295-300

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/290678>