

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/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/310988>

Тип работы: Научно-исследовательская работа

Предмет: Менеджмент

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Сущность анализа «пяти сил Портера».....	4
2. Шестая сила и недостатки в модели «пяти сил Портера».....	6
3. Оценка эффективности анализа «пяти сил Портера» для в контексте логистического администрирования.....	9
Заключение	
Список источников	

ВВЕДЕНИЕ

Модель анализа «пять сил конкуренции – это эффективная методика для проведения анализа, заключающаяся в оценке потенциальных неблагоприятных внешних факторов, которые могут оказать существенное влияние на развитие компании в перспективе [2]. Данная методика проводится в разрезе 5 так называемых конкурентных сил.

Методика была разработана М. Портером в Гарварде в 1979 г., и актуальна и по настоящее время так как она объясняет механизм работы конкуренции [7, с.28]. Проявление конкуренции проявляется в крупных компаниях, и среди малых и начинающих стартапов, поэтому важно объективно оценивать конкурентную среду для каждой компании, чтобы выстроить эффективную стратегию или провести при необходимости реинжиниринг организационных структур управления.

Цель выполнения данной работы – проанализировать методику «пяти сил конкуренции» в качестве эффективного инструмента администрирования для принятия управленческих решений.

В ходе достижения поставленной цели будут выполнены следующие задачи:

- будут рассмотрены принципы и сущность метода «пяти сил конкуренции»;
- будут определены недостатки метода «пяти сил конкуренции»;
- будет выполнена оценка объективности и эффективность данного инструмента для принятия управленческих решений в контексте логистического администрирования.

1. СУЩНОСТЬ АНАЛИЗА «ПЯТИ СИЛ ПОРТЕРА»

За основу метода взято пять структурных элементов, присутствующих обязательно в каждой отрасли. М. Портер с их помощью описал формирование конкурентного преимущества, включая способы кумуляции прибыли и удержания лидерских позиций при высоком уровне конкуренции [1].

Основная цель при использовании данного инструмента – дать эффективный аналитический инструмент компаниям для их адаптации в среде с высокой конкуренцией (рис.1).

Рисунок 1 – Анализ «пяти сил М. Портера»

Модель «пяти сил» используют в следующих случаях:

- прогнозирования роста уровня конкуренции при выборе стратегии;

- оценка существующих угроз, которые мешают развитию компании;
- планирования стратегии развития бизнеса.

Рассмотрим составляющие анализа в отдельности [4]:

1) Потребители. Оказывают непосредственное влияние на доходность бизнеса. Потребители формируют соперничество между компаниями, за счет определенных требования к уровню обслуживания, качеству продукции, ценообразованию и т.п.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Денисова Т.А. Методические аспекты разработки конкурентной стратегии предприятия / Т.А. Денисова // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики. - 2020. - № 19 (35). - С. 100-106.
2. Кутин М.В. Конкурентная стратегия предприятия. Выбор конкурентной стратегии / М.В. Кутин // Сфера услуг: инновации и качество. - 2020. - № 50. - С. 69-79.
3. Маркова В. Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений: справоч. Пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. - Москва: ИНФРА-М, 2017. - 320 с.
4. Маскайкина Е.Ю. Алгоритм формирования конкурентной стратегии / Е.Ю. Маскайкина // Инновации. Наука. Образование. — 2020. - № 21. - С. 581-587.
5. Мазилкина Е. И. Управление конкурентоспособностью / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина. - М.: Омега-Л, 2017. - 329 с.
6. Михайлов О.В. Конкурентные стратегии дифференциации и минимизации издержек / О.В. Михайлов // Управление. - 2019. - Т. 7. - № 3. - С. 75-83.
7. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Пер. с англ. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. -234 с.
8. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер. Электрон. текстовые данные. - Москва: Альпина Пабlishер, 2020. - 456 с.
9. Тувина И.С. Методология и инструментарий конкурентного анализа при разработке маркетинговой стратегии предприятия / И.С. Тувина // Устойчивое развитие науки и образования. 2020. № 5 (44). С. 126-131.
10. Черджиева М.Т. Сущность и классификация конкурентных стратегий / М.Т. Черджиева // Вестник современных исследований. 2020. № 2-3 (32). С. 52-55.
11. Чмышенко Е.В. Взаимосвязь стратегий и конкурентных преимуществ / Е.В. Чмышенко // Евразийское Научное Объединение. — 2020. - № 8-4 (66). - С. 231-232.
12. Шиндина К.В. Теоретические основы разработки конкурентных стратегий предприятий / К.В. Шиндина // Оригинальные исследования. - 2020. - Т. 10. - № 9. - С. 15-19.

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/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/310988>