

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/368008>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Стратегический менеджмент

Введение

Глава 1. Теоретические аспекты исследования конкурентоспособности организации

Основа конкуренции и конкурентоспособности

Методы и критерии оценки конкурентоспособности компании

Глава 2. Оценка конкурентоспособности организации

Глава 3. Основные проблемы конкурентоспособности предприятия и пути ее повышения на примере ОАО «Газпром»

Заключение

Список использованной литературы

В условиях рыночной экономики одним из главных факторов увеличения продаж своего товара является повышение уровня конкурентоспособности компании и ее места занимаемой ею рыночной нише.

В наше время, каждая серьезная компания не сможет пройти мимо конкуренции. Существуют различные способы и формы конкуренции, и каждая компания стремится разработать свою собственную конкурентную стратегию для достижения успеха на рынке.

Повышение организационного уровня всех ключевых структур компании, занимающихся продажей продукции и предоставлением услуг, сегодня считается решающим фактором повышения конкурентоспособности на национальном и международном рынках.

Конкурентоспособность является сравнительной характеристикой товара и предполагает комплексную оценку совокупности его качественных и экономических характеристик по отношению к выявленным требованиям рынка и характеристикам других товаров.

На конкурентоспособность товара влияют три основных фактора: качество производимого продукта, экономические показатели, определяемые расходами потребителей на приобретение и эксплуатацию товара, и организация продажи и продвижения товара на рынке.

В последние десятилетия почти во всех частях мира наблюдается усиление конкуренции. Не так давно во многих странах и отраслях конкуренции не существовало. Рынки были защищены, а доминирующие позиции четко определены. А если конкуренция и существовала, то она была не очень интенсивной. Рынок любого товара или услуги имеет свои особенности, которые, однако, не меняют природу самой конкуренции. Хотя это явление не ново, разнообразие способов его проявления требует постоянного изучения, в том числе оценки его динамики и интенсивности.

Алтухова, А. Т. Факторы повышения конкурентоспособности предприятия / А. Т. Алтухова // М.: Ника-Центр, –2017.–№ 9.– С.35–38.

Габибова М.Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / М.Ш. Габибова // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). – М.: Буки-Веди, 2015. – С. 85-87.

Вашко, Т.А. Стратегия и конкурентоспособность/ Т.А. Вашко // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – 2018. – № 7 (7).–С.10.–14

Куанышбаев, Р. М. Как управлять конкурентоспособностью предприятия в кризисных экономических условиях / Р. М. Куанышбаев // Наука-2017.–№ 3.–С. 25–38.

Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2017. — 512 с. — (Библиотека словарей «ИНФРА-М»). - ISBN 978-5-16-009966-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1904651> (дата обращения: 03.06.2023). – Режим доступа: по подписке.

Фролов, М.А. Определение конкурентных преимуществ компании / М.А. Фролов // Вопросы науки и образования. – 2017. – № 6 (7). – С. – 70 –73.

Чернова, И.В. Управление конкурентоспособностью предприятия/ И.В. Чернова // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2018. – № 15.–С.–146 –149.

О Группе Газпром // Отчет об устойчивом развитии URL: <https://sustainability.gazpromreport.ru/2018/about-gazprom/> (дата обращения: 03.06.2023).

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/368008>