

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://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/306789>

Тип работы: Реферат

Предмет: Экономическая теория

Содержание

Введение.....	3
1. Понятие и сущность конкурентоспособности фирмы.....	4
2. Методы повышения конкурентоспособности предприятия.....	9
3. Стратегии повышения конкурентоспособности.....	15
Заключение.....	19
Список литературы.....	20

Введение

На сегодняшний день понятие «конкурентоспособность» является одним из наиболее часто используемых слов в научной литературе. В современных экономических условиях деятельность и функционирование каждого хозяйствующего субъекта занимают внимание широкого круга участников различных рыночных отношений. В контексте развития экономических отношений эта тема актуальна.

Конкуренция дает возможность повысить эффективность компании и оценить финансовое положение ее компании и конкурентов. Конкурентоспособность является решающим фактором успеха на рынке товаров и услуг. Исследование конкурентоспособности дает четкое представление о недостатках и позволяет разработать эффективные методы решения этой проблемы.

Анализ оценок конкурентоспособности является основой для создания более эффективного планирования различных процессов на предприятии на основе результатов исследования.

Успех компании во многом зависит от способности выдерживать конкуренцию с другими компаниями, которые работают в том же сегменте рынка и производят ту же продукцию, а основным результатом является максимизация собственной прибыли. Соответственно, если основной целью деятельности компании является максимизация прибыли, то достижение высокой конкурентоспособности служит средством достижения цели.

1. Понятие и сущность конкурентоспособности фирмы

В условиях рыночной экономики каждая компания, изучая потребителей, не должна забывать о своих конкурентах. Необходимо точно оценить и изучить конкурентную среду, в которой работает эта организация.

Существует несколько определений понятия "конкуренция". Конкуренция - это борьба независимых экономических субъектов за ограниченные экономические ресурсы.

Это экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы между предприятиями на рынке в целях; предоставлять лучшие возможности сбыта своей продукции при одновременном удовлетворении разнообразных потребностей покупателей.

А. Смит интерпретировал конкуренцию как "невидимую руку" рынка, координирующую деятельность его участников. Это понятие многозначно, это соперничество и способ существования капитала, а также конкуренция, выступающая в качестве регулятора общественного производства. Конкурентоспособность предприятия - это способность вести прибыльную экономическую деятельность в условиях конкуренции. Каждое предприятие для нормального функционирования должно объективно оценивать динамику спроса

как сейчас, так и в будущем. Производство продукции должно соответствовать ожиданиям потребителей с точки зрения соотношения цена - качество. Основываясь на инновациях, внедряйте эффективные политики для своего бизнеса, определяйте стратегии дальнейшего развития и умейте планировать будущую деятельность.

Создайте персонал высокого уровня, чтобы быть готовым освоить более значимые технологии. Качество профессионалов проявляется в их деятельности: в способности выявлять элементы рынка для развития конкурентных преимуществ компании на рынке. Реализация этих качеств дает компании возможность опередить своего конкурента и ускорить НТР.

На сегодняшний день компании должны соблюдать определенные

Список литературы:

1. Адамов, Н. Бюджетирование в коммерческой организации. Краткое руководство / Н. Адамов, А. Тилов. - М.: Питер, 2019. - 144 с.
2. Алавердов, А. Р. Кадровая безопасность как фактор конкурентоспособности современной организации / А.Р. Алавердов. - М.: Синергия, 2022. - 768 с.
3. Алборов, Р.А. Аудит в организациях промышленности, торговли и АПК. 3-е издание / Р.А. Алборов. - М.: Дело и сервис, 2021. - 464 с.
4. Бардина, Р.А. Изделия народных художественных промыслов и сувениры (товароведение и организация торговли) / Р.А. Бардина. - М.: Высшая школа; Издание 4-е, перераб. и доп., 2021. - 299 с.

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://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/306789>