

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/statya/380410>

Тип работы: Статья

Предмет: Стратегический менеджмент

-

В процессе реализации и укрепления конкурентных преимуществ компаний особое место принадлежит интеллектуальным и производственным ресурсам компании (ПИС). Данная классификация производственных ресурсов дополняется компонентами прав интеллектуальной собственности: динамическими возможностями и компетентностью. Это увеличение основано на том факте, что динамическая способность (гибкость компании) показывает способность компании реагировать на изменения во внешней среде, чтобы реорганизовать производственный процесс в соответствии с требованиями заказчика.

При проектировании конкурентного преимущества организации с точки зрения ресурсов учитывается влияние внешних и внутренних факторов. Основное внимание уделяется необходимости обеспечения внешней и внутренней гибкости в управлении компанией. Это показывает возможность синергетического эффекта от взаимодействия интеллектуальных и производственных ресурсов, а также дополнительных ресурсов компании и способность дополнять предыдущие ресурсы путем объединения внутренних

Список источников

1. Андреев, В.Н. Концепция технологического капитала как развитие ресурсного подхода к управлению//Вестник МГТУ «Станкин». - 2021. - №4. - С. 214-219.
2. Барни, Дж. Б. Может ли ресурсная концепция принести пользу исследователям в области стратегического управления // Российский журнал менеджмента. - 2020. - № 2. - С. 71-92.
3. Грант, Р.М. Ресурсная теория конкурентных преимуществ: практические выводы для формулирования стратегии// Вестник СПбГУ. Сер. Менеджмент, 2019. - С. 47-75.
4. Гурков, И.Б. Инновационное развитие и конкурентоспособность. Очерки развития российских предприятий. - М.: ТЕИС, 2020. - 236 с.
5. Сырежкин, И.М. Совершенствование системы показателей эффективности и качества. - М.: Экономика, 2020. - 192 с.
6. Хэмел, Г. Управление компанией. - М.: Алпина диджитал, 2023. - 313 с.
7. Collis, D. J., Montgomery, C. A. Competing on Resources // Harvard Business Review. - 2020. - P. 118-128.
8. Fahy, J., Smithee, A. Strategic Marketing and the Resource Based View of the Firm // Academy of Marketing Science Review. - 2020. - P. 1-21.
9. Peteraf, M. A. The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View // Strategic Management Journal. - 2019. - P. 179-191.
10. Self, D. R., Weiner, E. J., Dunlop, K. W. Predicting Relative Competitive Position of Organization // Proceedings of the Annual Meeting of the Association of Collegiate Marketing Educators. - 2019. - P. 56-68.

List of sources

1. Andreev, V.N. The concept of technological capital as the development of a resource approach to management//Bulletin of MSTU "Stankin". - 2021. - No. 4. - pp. 214-219.
2. Barney, J. B. Can the resource concept benefit researchers in the field of strategic management // Russian Journal of Management. - 2020. - No. 2. - pp. 71-92.
3. Grant, R.M. Resource theory of competitive advantages: practical conclusions for strategy formulation// Bulletin of St. Petersburg State University. Ser. Management, 2019. - pp. 47-75.
4. Gurkov, I.B. Innovative development and competitiveness. Essays on the development of Russian enterprises. - M.: TEIS, 2020. - 236 p.
5. Syrezhkin, I.M. Improving the system of efficiency and quality indicators. - M.: Economics, 2020. - 192 p.
6. Collis D. J., Montgomery K. A. Competition for resources // Harvard Business Review. - 2020. - pp. 118-128.
7. Fahi J., Smithy A. Strategic marketing and a resource-oriented view of the firm // Academy of Marketing Science Review. - 2020. - pp. 1-21.
8. Peteraf, M. A. Cornerstones of competitive advantage: a view based on resources // Journal of Strategic

Management. – 2019. - pp. 179-191.

9. Self, D. R., Weiner, E. J., Dunlop, K. U. Forecasting the relative competitive position of the organization // Materials of the annual meeting of the Association of University Marketing Teachers. - 2019. - pp. 56-68.

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/statya/380410>