

**Стратегия предприятия в контексте повышения его
конкурентоспособности**

Сборник научных статей

Выпуск 8

Донецк - 2019

УДК 005.21 / 336: 658. (063)
ББК 65.291.213 Я 431
С 56

Коллектив авторов

С 56 Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности: сб. науч. стат. – Вып. 8 / ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган – Барановского», каф. экономики предприятия / отв. ред. Л. И. Донец. – Донецк : ФЛП Кирченко С.Г., 2019. - 328 с.

*Сборник научных статей зарегистрирован в наукометрической
базе РИИЦ (№ 142080)*

*Сборник индексируется в Science Index
(<https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=58188>)*

В сборник вошли научные статьи ученых, отражающие результаты научных исследований экономических механизмов стратегического управления предприятием в конкурентной среде, освещающие проблемы управления конкурентоспособностью предприятия и пути их решения, управления изменениями на предприятиях, особенностей обоснования хозяйственных решений и оценки рисков. В сборнике нашли отражение научные исследования по проблемам, маркетингового менеджмента как фактора обеспечения конкурентоспособности предприятия и стратегического управления предприятием в условиях маркетинговой ориентации.

Сборник предназначен для преподавателей, аспирантов и широкого круга ученых, занимающихся исследованиями проблем стратегии развития предприятия в условиях конкурентной среды.

Редакционная коллегия:

Азарян А.Н., д-р экон. наук, проф.
Алексеев С.Б., д-р экон. наук, доцент
Бакунов А.А., канд. экон. наук, проф.
Балабанова Л.В., д-р экон. наук, проф.
Вашченко Н.В., д-р экон. наук, доцент
Донец Л.И., канд. экон. наук, проф.
Семенов А.А., канд. экон. наук, доц.
Сельманченко Е.В., канд. экон. наук, доц.
Фомина М.В., д-р экон. наук, проф.

УДК 005.21 / 336: 658. (063)
ББК 65.291.213 Я 431

© Коллектив авторов, 2019
© ГО ВПО «Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила Туган-
Барановского», 2019
© Кафедра экономики предприятия, 2019

*Управление конкурентоспособностью предприятия: проблемы и пути их решения***УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ:
ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ**

УДК 005.52:658

Бакунов Александр Алексеевич, к.э.н., профессор
Кичневская Карина Руслановна
*Государственная организация высшего профессионального
образования «Донецкий национальный университет экономики
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*
E-mail: bakunova_r@mail.ru
E-mail: karina.kichnevskaya@mail.ru

**ОБОСНОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ НА
ОСНОВЕ РАЗРАБОТКИ СИСТЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ
ПРЕДПРИЯТИЯ**

В статье обоснована целесообразность разработки конкурентных стратегий предприятия по взаимосвязи со сбалансированной системой показателей его деятельности для успешного функционирования в условиях рыночной экономики, рассмотрены инструменты определения необходимых конкурентных стратегий, предложены практический пример стратегического анализа, разработки конкурентных стратегий и системы сбалансированных показателей на функционирующем предприятии.

Ключевые слова: конкурентная стратегия, сбалансированная система показателей, матрица, стратегическая бизнес-единица.

Конкуренция оказывает значительное влияние на хозяйственную деятельность предприятия, побуждая к поиску определенных преимуществ для превосходства над конкурентами. Здесь и приходит на помощь разработка конкурентных стратегий предприятия.

Большинство ученых сходится во мнении, что конкурентная стратегия – это обобщенная модель действий и совокупность правил, которыми должно руководствоваться предприятие при принятии решений для достижения и долгосрочного поддержания конкурентоспособности.

Для определения конкурентных стратегий развития предприятия целесообразно использовать порфельные методы современного стратегического анализа, в основе которых лежит понятие о том, что компания рассматривается как совокупность стратегических бизнес-единиц (СБЕ), каждая из которых относительно самостоятельна. Данный анализ проводится с целью разработки и согласования стратегий и наиболее эффективного использования имеющихся ресурсов с точки зрения достижения устойчивого положения компании в целом и роста финансовых результатов. [2, с.168]

Наиболее распространенным методом портфельного анализа является матричные методы, которые состоят из квадрантов, образованных пересечением пограничных значений. Попадание посредством детального исследования СБЕ в тот или иной квадрант и предопределяет выбор характера стратегии [1, с.134]. Однако, проведенный анализ показателей на предприятии, а также рекомендованные стратегии требуют дальнейшей проработки, чему способствует эффективное применение такого инструмента экономической диагностики как сбалансированная система показателей, разработанная профессором Гарвардского университета Робертом Капланом и Дэвидом Нортеном. [3, с.145]

снизить издержки и оптимизировать систему управления – важный фактор развития компании.

Таким образом, можно сделать вывод, что современная и активная инновационная деятельность компаний в время кризиса может серьезно усилить конкурентные преимущества и позицию компании на рынке. Не каждая компания может себе позволить вести серьезную инновационную активность в кризисных условиях, но это и выдает компании с сильным менеджментом и верной стратегией от остальных игроков. Предложенную методику оценки инновационного развития предприятия можно внедрить на практике, она представляется результативной, поскольку все приведенные показатели эффективности конкретны, измеримы, реально достижимы, ограничены во времени.

Библиографический список литературы

1. Baguzova, L.V. The Regional Market for the Development of Outsourcing Services / L.V. Baguzova, J.J. Suslova, N.V. Anan'eva, V.V. Kulimov, O.S. Veremenko // Journal of Advanced Research in Law and Economics – 2017. - Volume VIII, Summer, 4(26). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://journals.aserspublishing.eu/jarle/index_c 1056 – 1072.
2. Герасимова Е.А. Развитие инновационного потенциала предпринимательской структуры как фактора повышения ее конкурентоспособности / Е.А. Герасимова // Проблемы современной экономики. - 2011. - № 4. - С. 175-180.
3. Герасимова Е.А. Механизм реализации стратегии инновационного развития предпринимательских структур / Е.А. Герасимова // Российское предпринимательство. - 2013. - № 7. - С. 12-17.
4. Иванова Л.В. Особенности торгово-технологических процессов и возможности применения аутсорсинга / Л.В. Иванова, Н.В. Апаньева // Наука и бизнес: пути развития. - 2015. - № 10(52). С. 55-59.
5. Ivanova L.V. Comparative institutional studies into the sphere of trade. / L.V. Ivanova, L.T. Smolentseva, N.V. Anan'eva // Life Sci J 2014.11(104):215-218.
6. Методология и методы современного менеджмента [Текст] : учебное пособие / А. Н. Чаплина [и др.] ; Сиб. федер. ун-т. - Торг.-эконом. ин-т. - Красноярск : СФУ, 2016. - 127 с.
7. Прахалад, К.К. Пространство бизнес-инноваций: создание ценности совместно с потребителем / К.К. Прахалад, М.С. Кришнан; пер. с англ. Альпина Паблишер. - Москва: Юрайт, 2011. - 255 с.
8. Ivanova V.S. Network structures in the form of virtual organizations / V.S. Ivanova, N.A. Aleksandrenko, I.V. Ivanova // Теория и практика коммерческой деятельности: материалы XVIII Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. Участием / Сибирский федеральный университет – Красноярск, 2018. - С. 591-595.
9. Иванова Л.В. Управление торговым предприятием на основе аутсорсинга / Л.В. Иванова // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности: материалы V междунар. науч.-практ. Интернет-конф. 12-13 февр. 2016г., г. Донецк / «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского» - Донецк, 2016. - Т.1. №5(5) – С. 89-92.
10. Апаньева, Н.В. Статистические исследования эффективности применения алгоритма Сайра / Н.В. Апаньева // Логистика. - 2013. - № 5 (78). - С. 24-26 K 339.137.2

УДК [65.011 : 339.137.2]-021.62

Кривуля Роман Евгеньевич
Кривуля Инна Алексеевна
ГОУ ВПО «Луизианский национальный университет
имени Тараса Шевченко
E-mail: ya.su@ep@yandex.ru

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ И ИХ ВЗАИМОСВЯЗЬ СО СТРАТЕГИЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассматривается вопрос о конкурентоспособности предприятия, его конкурентных преимуществах как фактора, определяющего успех или неудачу организации. Целью данной статьи является изучение взаимосвязи между конкурентными преимуществами и стратегическим управлением при формировании целей предприятия.

Ключевые слова. Конкуренция, конкурентное преимущество, стратегия, цели предприятия, управление, рынок, экономика.

Изучению конкуренции и определяющих её факторов уделяется в настоящее время особое внимание. Конкуренция рассматривается как эффективное средство саморегулирования экономики, развития отраслей, поскольку позволяет координировать индивидуальные усилия субъектов рынка. Конкурентная среда формируется не только под влиянием борьбы внутриотраслевых конкурентов. В условиях усиления конкурентной борьбы для каждого предприятия на первый план выходит задача сохранения и повышения собственной конкурентоспособности. Все большее число предприятий ориентируется на достижение победы в конкуренции и добивается намеченных целей в результате постоянных усилий менеджмента в осуществлении эффективной конкурентной стратегии развития.

В контексте мировых кризисных явлений проблема формирования устойчивой конкурентоспособности приобрела особую актуальность в силу повышения изменчивости внешней среды и недостаточной научно-методической разработанности многих аспектов формирования и реализации конкурентных преимуществ предприятий. Проблема управления конкурентоспособностью предприятий актуальна и в практической точке зрения в силу далеко не полного владения руководством предприятий современными методами оценки конкурентоспособности и механизмами разработки конкурентоспособных стратегий [3, с. 5].

Экономические исследования в области управления предприятием подчёркивают особую важность конкурентоспособности предприятия на протяжении многих десятилетий. Конкурентоспособность предприятия означает выбор метода работы, используемого в стратегии для достижения исключительных целей и превосходства над конкурентами. Конкуренция – состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке [4, с. 12]. Конкурентное преимущество организации – это превосходство и высокая компетентность в какой-либо области деятельности или в выпуске товаров по сравнению с конкурентами [2, с. 26].

Термин «конкурентное преимущество» характеризуется такими фразами, как: многогранная структура, уникальная позиция и т. д. Специфика стратегии и конкурентное преимущество обуславливают необходимость проявлять гибкость и справляться с неопределённостью.

Предприятию создать конкурентное преимущество становится все труднее из-за сильного конкурентного давления и того факта, что ресурсы, технологии и информация доступны всем игрокам рынка и могут быть ими использованы в равной мере. Из-за необходимости выделяться среди конкурентов, значительная часть стратегии предприятия по развитию конкурентных преимуществ относится к выявлению источников их формирования. Конкурентное преимущество предприятия связано с фактором или несколькими факторами, которые делают организацию успешной на фоне конкурентов, которые не могут пользоваться подобными источниками успеха либо воспроизводят их на более низком уровне.

Современные исследователи в области экономики выделяют следующие виды конкурентных преимуществ организации: ресурсы и возможности предприятия, инновационность и креативность, высокое качество продукции (услуг), время и скорость выполнения деятельности, успех в реализации краткосрочных и долгосрочных стратегий, способность изучать и управлять знаниями в своей области, наличие уникальных технологий, грамотное формирование организационная культура, организационная свобода, репутация предприятия, бренд, нау-хау, высокая роль коллектива организации, сетевое взаимодействие предприятия.

Несмотря на то, что гармоничное развитие предприятие в меняющейся рыночной среде играет важную роль в стратегическом управлении, источники конкурентного преимущества идут прежде всего отнутри организации. Большинство исследователей указывают на то, что внутренние факторы гораздо важнее факторов внешней среды. Однако этот подход, в настоящее время, считается слишком статичным по отношению к изменчивости рынка, и поэтому этим предположениям уделяется меньше внимания. Консолидация предвзвешана, основанного на внутренних ресурсах предприятия, с учётом изменчивости среды рынка, была предложена в динамической модели конкуренции. Предприятия могут использовать свои собственные ресурсы по-разному при выполнении процесса адаптации, настройки, обновления внутренних процессов деятельности.

Достижение равновесия между плюсами и минусами конкурентной экономики считается очень важным, поскольку оно предупреждает экономический коллапс. Но поскольку преимущества и недостатки постоянно трансформируются вследствие огромного количества рыночных факторов и масштабных валютных ценностей, рыночная экономика координирует сама себя, в смысле, что, когда покупатели окупают какие-то недочеты, они меняют свое мнение и потребительские привычки [1, с. 253].

Результаты современных исследований взаимосвязи между стратегией и конкурентным преимуществом предприятия указывают на следующие ошибки, которые мешают выявлению стратегического преимущества: отсутствие понимания основы формирования преимущества, проблема с практическим использованием знаний, неправильный анализ и интерпретация источников преимущества. Это связано с тем, что правила конкурентной борьбы устаревают, тем самым побуждают предприятия пересматривать источники и последствия конкурентного преимущества как одного из наиболее важных и наиболее чувствительного фактора стратегического управления. Поэтому в быстро меняющихся условиях рынка предприятия, которые могут развиваться благодаря своей стратегии, достигают успеха.

Другие факторы, определяющие успех предприятия, включают в себя: способность действовать быстро, готовность к изменениям, четкая формулировка целей и способность действовать лучше, чем конкуренты. Возможности предприятия по формированию стратегии развития огромны. Основная проблема, с которой сталкиваются предприятия, связана с выбором между стратегиями выживания, развития, роста, принятия риска и

инновации. Таким образом, стратегию можно воспринимать как смелость в формулировании целей и приоритетов развития предприятия, которые составляют основу для стратегических инициатив. Стратегические цели считаются основой для функционирования любого предприятия и должны отражать стремление к успеху, ставя перед собой амбициозные задачи в изменяющейся среде рынка. Цели предприятия всегда основаны на ожиданиях. Цели должны быть определены исходя из того, что представляет собой предприятие, каков оно будет.

Формулируя цели, предприятие выражает свои намерения и стремления, которые должны быть реализованы в соответствии с выбранной концепцией стратегии. Стратегические цели имеют ключевое значение для успеха предприятия, потому что они указывают приоритетные направления развития, координируют деятельность, составляют критерий оценки текущей ситуации на рынке, обеспечивают основу для систем планирования, а также организуют, мотивируют и контролируют деятельность предприятия. Во все время они выполняют роль важных критериев, влияющих на выбор, который делают предприятия в процессе стратегического управления.

Стратегии, направленные на обеспечение выживания и минимизацию потерь, могут быть названы как «Оборонительные». Предприятия, которые сознательно реализуют оборонительные стратегии, ограничивают свой рост и развитие. Предприятия, которые вынуждены реализовывать такие стратегии, избегают риска и, ограничивая изменения в своей деятельности, минимизируют потери и уменьшают вероятность отказа конечного потребителя от продукции (услуг). Стратегии, которые рассматривают развитие предприятия как приоритет, предполагают постоянный рост организации, который часто включает расширение. Эти стремления выражаются в осуществлении инвестиционной деятельности, в то время как реализация такой стратегии часто означает начало нового вида деятельности, выход в новый сегмент рынка и использование новых методов работы. Стратегии развития относятся к группе наступательных стратегий, которые основаны на стремлении к экспансии или доминированию.

Принимая во внимание преобладающую активную или пассивную форму операций, стратегии развития как наступательные стратегии являются активными, стимулирующими, расширяющими и инновационными. Предприятия, реализующие такие стратегии, ориентированы на постоянное развитие, позитивно относятся к новым решениям и ищут выгодные возможности. Долгосрочные успехи предприятия могут быть обеспечены сильной ориентацией на инновации, которые становятся важной целью стратегии развития. При создании инноваций знания, креативность и концентрация играют все более важную роль. Включенная мысль порождает инновации гораздо реже, в то время как чаще всего они возникают в результате анализа деятельности предприятия.

Таким образом, можно сказать, что в настоящее время, из-за быстрых, непредсказуемых изменений в любом сегменте экономики рынка, проблема риска в реализации стратегии является самым важным элементом. Стратегические решения становятся проблемами, связанными с риском в деятельности предприятия, особенно когда компания находится в сложной экономической и конкурентной ситуации. Взаимосвязь между стратегией, риском и временем важна с точки зрения выживания и развития предприятия. Особенно важным является глобальный риск, связанный с реализацией стратегических целей, хотя предприятие не может контролировать все внешние факторы и тем более адекватно на них. Поэтому очень важно учитывать всевозможные риски при разработке стратегии развития предприятия, особенно в краткосрочном периоде, то есть предвзвешанно снизить риск, используя возникающие

возможности. Исходя из выше сказанного можно утверждать, что при разработке стратегии развития и завоевания конкурентного преимущества предприятию необходимо учитывать следующие факторы:

- При достижении целей стратегии наличие значительного преимущества перед конкурентами означает, что выживание в долгосрочной перспективе (более 3 лет) не является основной целью предприятия, тем самым она может сконцентрироваться на инновациях.
- Неудовлетворенность достигнутым уровнем развития унаследует основное конкурентное преимущество предприятия, основанное на инновациях и технологиях.
- При установлении новых государственных стандартов в отрасли предприятию для удержания на лидирующей позиции необходимы конкурентные преимущества, основанные на инновациях и технологиях.
- Динамичный рост большого числа предприятий как стратегический приоритет влияет на установление новых стандартов (процесс, продукт, организационные и аналогичные стандарты) в отрасли со стороны государства.
- Модификация бизнес-профиля с целью привлечения клиентов связана с гибкостью и быстрой реакцией как важнейших элементов конкурентного преимущества предприятия.
- Готовность предприятия изменить бизнес-профиль для привлечения клиентов связана с запасаемым сегментом рынка и финансовым положением организации, что заставляет конкурентов предпринимать более масштабные действия.
- Основное конкурентное преимущество, основанное на инновациях и технологиях, требует принятия рискованных стратегий.
- Принятие рискованных стратегий позволяет создать значительное преимущество перед конкурентами.
- Принятие рискованных стратегий позволяет устанавливать новые стандарты в отрасли, на которые вынуждены будут рываться конкуренты.

Рассмотрев цели и сущность стратегии развития предприятия, а также факторы, которые необходимо учитывать при ее разработке, можно сделать вывод, что стратегия является неотъемлемой частью деятельности предприятия для повышения своих конкурентных преимуществ. является эффективным инструментом управления и помогает организации определять перспективы роста своего дела, контролировать текущую ситуацию в конкурентной среде.

Библиографический список литературы

1. Бунка А. А. Преимущества и недостатки конкуренции в рыночной экономике / А. А. Бунка, К. А. Николаева, О. А. Петриго // Молодой ученый, международный научный журнал № 12 (146). - Казань, ООО «Издательство Молодой ученый», 2017 г. - С. 253.
2. Ваутов Д. Д. Основы менеджмента: Учебник для вузов / Д. Д. Ваутов, Т. Е. Берикзина, Н. А. Кислякова. - М.: Высшая школа, 2010 г. - 376 с.
3. Мокроносов А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. - Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2014 г. - 194, [2] с.
4. Оберт Т. Б. Теория конкуренции: учебное пособие для студентов

экономических специальностей / Т. Б. Оберт. - Саратов: Изд-во «Саратовского государственного университета им Н. Г. Чернышевского», 2014 г. - 80 с.

УДК 339.137.2

Кузьменко Светлана Сергеевна
Саратова Юлия Владимировна
Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»
E-mail: svetlanakuzmenko@mail.ru
E-mail: julia_nelson@ukr.net

ИССЛЕДОВАНИЕ АСПЕКТОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКОЙ КОМПАНИИ «АЛРОСА» НА МИРОВОМ РЫНКЕ АЛМАЗОВ

В статье рассмотрены особенности мирового рынка алмазов, проанализирована деятельность конкурирующих компаний в данном сегменте, исследован компонент конкурентоспособности российской алмазодобывающей компании «АЛРОСА», ее конкурентные преимущества.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, мировой рынок алмазов, торговля, алмазодобычающие компании, АЛРОСА

Интенсивная конкуренция между производителями алмазов была сформирована в результате функционирования вертикально интегрированных организаций, которые влияют на структуру и тенденции развития алмазного рынка. Потребительское поведение на рынке алмазов, который относится к более однородному типу рынка B2B, определяется не свойствами товара, а формой организации продаж: крупный опт, средний и мелкий опт, розница. По сравнению с большинством других товарных рынков, функционирование отраслей алмазодобывающей отрасли на мировом рынке: Международная ассоциация производителей бриллиантов (IDMA), Всемирная Федерация Алмазных Бирж (WFDB), Всемирный алмазный совет (WDC), Кимберлийский процесс [2].

Одним из факторов непопулярности является спрос, на который влияют фундаментальные процессы, например, рост благосостояния населения развитых и развивающихся стран. На протяжении более 70 лет по всему миру создаются международные ассоциации и организации, работа которых направлена на укрепление позиций алмазодобывающей отрасли на мировом рынке: Международная ассоциация производителей бриллиантов (IDMA), Всемирная Федерация Алмазных Бирж (WFDB), Всемирный алмазный совет (WDC), Кимберлийский процесс [2].

Рынок алмазов представляет собой сложную и многогранную трёхуровневую систему, включающую компании, добывающие сырьё, посредников и производителей конечного продукта. Для рынка характерна частичное регулирование [3]. Выраженная рыночная структура мирового рынка алмазов – олигополия – часть производства и продаж осуществляется небольшим количеством сравнительно крупных предприятий. Лидерами рынка являются российская компания «АЛРОСА» и De Beers (ЮАР), общие характеристики которых представлены в табл. 1.

«АЛРОСА» лидирует по количеству, однако De Beers удерживают лидерство по стоимости добытых камней.

Российская группа «АЛРОСА» является лидирующей алмазодобывающей компанией. Ресурсная база «АЛРОСА» (при учете отсутствия новых месторождений) рассчитана на добычу в течение 25-30 лет запасов в 1 млрд. карат. Фактическая

Обоснование хозяйственных решений и оценка рисков

Роль активного управления рисками состоит в формировании сознательного отношения к риску и в такой организации процесса управления, чтобы проявившийся фактор риска не стал неожиданностью для руководителя, и чтобы не пришлось в спешке принимать необоснованные решения.

Управление рисками представляет собой процесс с четко определенными этапами, при помощи которого возможно представить риски, с которыми сталкивается организация.

Основные этапы управления рисками представлены на рис. 1.

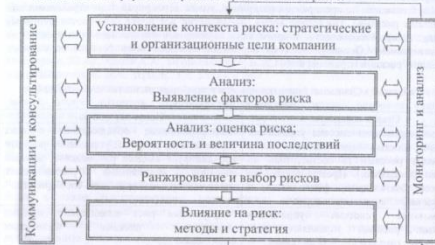


Рис. 1 Процесс управления рисками

Для создания эффективной системы управления рисками на предприятии необходимо определить понятие системы управления рисками современного предприятия. На предприятии управление рисками будет результативным и эффективным только в том случае, если оно будет осуществляться в составе системы менеджмента предприятия. Одной из основных тенденций современного риска-менеджмента является непрерывное совершенствование процесса управления рисками.

Библиографический список литературы:

1. Авдошин С. М. Информатизация бизнеса. Управление рисками / С. М. Авдошин, Е. Ю. Песолдаев. - М.: ДМК Пресс, 2011. - 176 с.
2. Вилляков Я. Д. Общая теория рисков : учеб.пособие / Я. Д.Вилляков, Н. Н. Радаев. - М. : Академия, 2013. - 368 с.
3. Экономический риск: методологии та управління [Текст] : навч. посібник / [Т. А. Васильева, С. В. Леонов, Я. М. Кривич та ін.] ; під заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Т. А. Васильєвої, канд. екон. наук Я. М. Кривич. - Суми : ДНЗ "УАБС НБУ", 2015. - 208 с.
4. Управление рисками: Учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления/К.В. Болдин, С.Н. Воробьев. - М.:ЮНИТИ - ДАНА, 2005. - 511 с.
5. Управление рисками: учебное пособие/ В. А. Кабанов, О. В. Набатова; ВолГТУ. - Волгоград, 2016. - 64 с. - Режим доступа: http://elibrary.ru/download/elibrary_26417733_60442025.pdf

СОДЕРЖАНИЕ

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Бакун Александр Алексеевич, Кичицкая Карина Руслановна
ОБОСНОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ РАЗРАБОТКИ СИСТЕМЫ СЕЛАНСОРОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ 3

Александр Сергеев Борисович, Туганов Евгений Александрович
НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ТАКТИК ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ 8

Зайна Ростислав Витальевич, Бабкин Денис Александрович
РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ 12

Организационно-экономический механизм управления предприятием в условиях рыночной конкуренции 12

Зайчук Марина Сергеевна
РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В СИМБИОЗЕ С ГОСУДАРСТВОМ 16

Зеленева Светлана Юрьевна
ВОПРОСЫ ПРИМЕНЕНИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ 19

Иванцова Виктория Сергеевна, Багузова Лариса Валентиновна
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АУТСОРСИНГА В ТОРГОВЛЕ 22

Иванцова Виктория Сергеевна, Щедрина Инна Валерьевна
ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО РАЗВИТИЯ 26

Крикунов Роман Евгеньевич, Крикунов Инна Алексеевна
ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ И ИХ ВЗАИМОСВЯЗЬ СО СТРАТЕГИЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ 31

Кузьменко Светлана Сергеевна, Сатанова Юлия Романовна
ИССЛЕДОВАНИЕ АСПЕКТОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКОЙ КОМПАНИИ «АЛРОСА» НА МИРОВОМ РЫНКЕ АЛМАЗОВ 35

Лукашова Мария Андреевна
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ТОРГОВЛИ НА ОСНОВЕ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА 38

Попова Инна Владимировна
ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ВЬСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ 43

Сивяко Валюта Витальевна
УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ 46

Смирнов Евгений Николаевич
ОЦЕНКА ИНТЕНСИВНОСТИ КОНКУРЕНЦИИ НА УРОВНЕ ОТДЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ С ПРИМЕНЕНИЕМ КОНЦЕПЦИИ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА 49

Шелестенко Оксана Владиславовна, Терещенко Виктория Андреевна
АНАЛИЗ КОНКУРЕНЦИИ ПРОМЫШЛЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ КОКСОХИМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ 53

Шнак Ольга Олеговна
РЕАЛИЗАЦИЯ МЕХАНИЗМА ПОВЫШЕНИЯ ПОТЕНЦИАЛА БИБЛИОТЕКИ НА ОСНОВЕ SPACE-АНАЛИЗА 58

МАРКЕТИНГОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Балабанова Людмила Венедиктовна, Детлярев Дмитрий Сергеевич
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ЦЕННОСТИ КАК ФАКТОР ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ 63