



КУРСОВА РАБОТА

ПРАКТИКУМ 1(МВАМ125)

**КОНЦЕПТУАЛНИ СХЕМИ
ЗА СТРАТЕГИЧЕСКО МИСЛЕНЕ В БИЗНЕСА И МЕТОДИ
ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА**

Изготвил:

Проверил:

София, 2017

Съдържание

| | |
|---|---------|
| Въведение | 2 стр. |
| Анализ на организацията | 3 стр. |
| Изследване на конкурентоспособността на фирмата | 6 стр. |
| Заклучение | 10 стр. |
| Използвана литература | 12 стр. |

Въведение

Дефиницията на понятието „конкурентоспособност“ се характеризира с научен дебат, който продължава няколко десетилетия и все още не е завършен. В съответствие с така- наречения стандартизирано определение посочено в документацията на ОИСР, което по-късно е приложено и от Европейския съюз, „Конкурентоспособност е способността на дружества, предприятия, региони, нации и наднационални региони да създават относително висок доходен фактор и относително високи нива на заетост на устойчива основа, докато са непрекъснато изложени на международна конкуренция“¹.

Въпреки че дефиницията за корпоративна конкурентоспособност е предизвикала много по-малко професионални дебати от тази на националната икономическа конкурентоспособност, то предходната не може да се разглежда като напълно разяснена.

Съществуват разнообразни подходи, но все пак изследователските позиции се обединяват от следните два аспекта: ²

- Бизнес конкурентоспособността на компаниите не може да бъде отделена от конкурентоспособността на продуктите и услугите, създадени от тях, която се влияе от ценовите и неценовите фактори по един и същ начин.
- Бизнес конкурентоспособност е комбинация от редица фактори, формиращи конкурентоспособността и не трябва да се тества в точно определен момент, а трябва да бъде оценена динамично, като се вземат предвид тенденциите на промените.

Според Ж. Ботос, конкурентоспособността на продуктите и услугите се изразява в това, че: ³

- цената на продукта е по-ниска от тази на конкурентите (като се вземат предвид условията за плащане);
- качеството и техническа стойност на продуктите са по-добри от тези на конкурентните стоки;

¹ OECD (1994): Globalisation and Competitiveness: Relevant Indicators. Paris.

² CHIKAN ATTILA - GELEI ANDREA (2007): Corporate Competitiveness - Interconnection between Customer Value and Skills-Based Approach), Vezetestudom , XXXVIII, pp. 2-11

³ BOTOS JOZSEF (1982): International Competitiveness and the Price Revolution, Kozgazdasagi Konyvkiad, o. Budapest.