



Original Article: GESTIONE STRUMENTI MODERNI DELLA COMPETITIVITÀ

Citation

Zulfakarova L.F. Gestione strumenti moderni della competitività. *Italian Science Review*. 2014; 7(16). PP. 187-188.

Available at URL: <http://www.ias-journal.org/archive/2014/july/Zulfakarova.pdf>

Author

Lilya F. Zulfakarova, Institute Economy and Finance, Kazan (Volga Region) Federal University, Russia.

Submitted: June 24, 2014; Accepted: July 10, 2014; Published: July 11, 2014

Processo di gestione comporta una organizzazione competitiva gestire questo sistema, che consentirà di aumentare la competitività e l'attrattiva della società. Competitività globale dell'organizzazione dipende l'efficienza complessiva delle sue operazioni e determinato dalla perfezione delle tecnologie utilizzate, l'esecuzione audace di servizi di marketing, gestione efficace e una serie di altri parametri economici e tecnici della società.

In condizioni moderne l'organizzazione è visto come un sistema produttivo complesso costituito da processi di business interconnessi e interagire attivamente con l'ambiente. Quando questo è importante non solo per l'assegnazione dei processi aziendali primari e secondari, ma anche lo sviluppo del processo di gestione di competitività, nel corso della quale una valutazione avviene competitività dell'organizzazione al fine di creare la strategia competitiva.

Competitività dell'organizzazione è determinato da un insieme di proprietà, le caratteristiche e l'attuazione di processi di business, che mirano ad ottenere un buon risultato contro i costi, così come criterio per la competitività dell'organizzazione opportuno considerare la performance dei propri processi di business.

Competitività dei prodotti fabbricati da parte dell'organizzazione, e la competitività dell'organizzazione nel suo complesso sono categorie interdipendenti esistenti nell'unità indissolubile. Lo scopo di qualsiasi attività (commerciale) è quello di ottenere risultati positivi. Nelle organizzazioni, questi risultati assumono la forma di profitti. Un utile è indissolubilmente legato con indicatori di competitività dell'azienda. Ecco perché il compito più urgente per il produttore deve riconoscere aumentare la competitività dei loro prodotti.

Tuttavia, la competitività delle organizzazioni e la gestione del prodotto sono oggetti diversi e devono essere trattati in modo differenziato per risolvere i problemi di garantire la competitività. Nel gestire la competitività dell'organizzazione nel suo insieme come un oggetto di gestione dovrebbe essere considerato il suo sistema produttivo.

Organizzazione competitività processo di gestione comprende le seguenti fasi:

- Monitoraggio e valutazione del contesto competitivo della situazione concorrenziale del settore e del mercato;
- La diagnosi della competitività della società e dei suoi principali rivali;
- Il posizionamento competitivo dell'impresa - la scelta di rami d'azienda strategici con un vantaggio competitivo;

- Concetto di sviluppo e la competitività della strategia di gestione aziendale;

- Attuazione della strategia competitiva.

Problema della gestione di competitività e l'attuazione di una gestione efficace, compresa la gestione strategica, le attività delle imprese ha dedicato numerosi articoli e conferenze scientifiche. Tuttavia, la maggior parte dei responsabili aziendali o non percepivano la gestione strategica come un mezzo efficace di gestione della competitività e lo considerano costi irragionevoli o si riferiscono a questo come agli attuali problemi. Nel migliore dei casi, solo elementi della strategia sono sviluppati, e in effetti la mancanza di una coerente strategia di gestione competitività dell'impresa porta al fatto che, anche con un potenziale moderna e innovativa tecnologie moderne, le imprese subiscono perdite. Tutto questo, naturalmente, influisce negativamente sul funzionamento della società e la sua immagine nel suo complesso.

Competitività dell'azienda formata da un gruppo di tre processi:

- Di base;
- Fornire e mantenere;
- Gestione.

I processi principali sono la produzione e vendita. Ingresso per la produzione sono flussi di materiali, manodopera, risorse tecniche, tecnologiche provenienti da fornire processi, nonché i piani, i programmi derivanti dalla gestione. La sua uscita è una certa gamma di prodotti finiti, qualità, quantità e costo, che a sua volta funge da ingresso per il processo di vendita, il cui risultato è la vendita di prodotti, avente le caratteristiche desiderate.

Sostenere i processi - questa fornitura, il finanziamento, personale, energia; supporto - riparazione, manutenzione, miglioramento dei processi industriali. Processi stessi servono come un filtro, assicurando la consegna alle risorse ambientali interne con i parametri stabiliti da processi di gestione,

così come il supporto al livello appropriato altri processi. Di conseguenza, la loro produzione - risorse e le funzionalità migliorate filtrato in altri processi.

Ingresso ai processi di gestione è un flusso di risorse informative e uscita - parametri target di varie risorse e processi, in altre parole, la formazione di strategie di competitività in vari settori. Processo di gestione che determina la posizione concorrenziale della voce, è la pianificazione di marketing.

Pertanto, si può concludere che la necessità di organizzazioni competitività controllo di processo attualmente in discussione. Mentre il controllo di questo processo coinvolge non attuare azioni singole per migliorare le prestazioni competitive di alcune imprese e sistema integrato di interventi per migliorare le prestazioni dell'impresa.

References:

1. Bykov S.Yu. 2010. Methods to improve the efficiency of enterprises. What to choose? Methods of Quality Management. P.4-8
2. Garina I.S. 2010. Assessment of agricultural enterprises. Financial business. p.28-35
3. Gokhberg L.M., Kuznetsova T.E., Agamirzyan I.R. 2013. From stimulate innovation to growth based on them. New Growth Model - a new social policy. The final report on the results of expert work on topical issues of socio-economic strategy of Russia until 2020. Pp. 92-126.
4. Mau V. 2010. Economic Policy in 2009: between crisis and modernization. Problems of Economics. pp.4-25
5. Nikonov O.N., Medvedev M.A. 2009. Enhancing the efficiency of sales: mathematical modeling. P.96-103.
6. Rud V.A., Zaichenko S.A., Bredikhin S.V. 2013. State research organization. Interaction between science and the real economy. V. 7. P. 74-81.