

Мотивационные инструменты обеспечения конкурентоспособности предприятия

*Е.И. Белова, ст. преподаватель, соискатель кафедры менеджмента и маркетинга,
Университет экономики и права «КРОК»
popovaelenai@mail.ru*

Методология исследования. Диалектический подход к решению поставленных задач позволил раскрыть объективные основы мотивационного механизма в стратегическом управлении предприятиями торговли. Методы наблюдения и сравнения были использованы для выявления особенностей мотивационного механизма стратегического управления отечественными предприятиями торговли; экспертной оценки – для выявления факторов, влияющих на действенность механизма.

Результаты. Доказано, что достижение надлежащего уровня конкурентоспособности позволяет предприятию поддерживать показатели результативности и эффективности деятельности. Предоставлена структура мотивационного механизма в стратегическом управлении предприятием, выделены его элементы, цели и методы.

Новизна. Раскрыты объективные предпосылки формирования конкурентной позиции предприятия. Предложен методологический подход формирования мотивационного механизма стратегического управления предприятием.

Практическая значимость. На основании предложенной методики оценки конкурентоспособности предприятия можно определить состояние стратегической активности предприятия для повышения его конкурентной позиции в будущем.