

Тодор Ненов
Илиан Минков

УПРАВЛЕНИЕ НА
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА
И РАСТЕЖА

2015

Издаелство „Наука и икономика”
Икономически университет – Варна

Съ д ъ р ж а н и е

Увод.....	10
-----------	----

Глава 1. СЪЩНОСТ, РОЛЯ, ЦЕЛИ И ХАРАКТЕРИСТИКА НА СИСТЕМАТА

ЗА ИЗМЕРВАНЕ НА ФИРМЕНАТА ДЕЙНОСТ.....	13
1. Същност на измерването. Основни роли на измерването	13
2. Цели на системата за измерване на дейността на фирмата ..	14
3. Характеристика на системата за измерване. Изисквания към нея.....	18
4. Основни етапи и подетапи при измерване дейността на фирмата.....	19

Глава 2. СХЕМИ И МОДЕЛИ ЗА ИЗМЕРВАНЕ И УПРАВЛЕНИЕ НА БИЗНЕСА, НАСОЧЕНИ КЪМ ПОВИШАВАНЕ КАЧЕСТВОТО

НА ПРОДУКТИТЕ И УСЛУГИТЕ	22
1. Национална награда за качество „Деминг“ в Япония	23
2. Национална награда за качество „Болдридж“ в САЩ	27
3. Европейска награда за качеството или „Награда за образцов бизнес“	28

Глава 3. ДРУГИ СХЕМИ И МОДЕЛИ

ЗА УПРАВЛЕНИЕ ПОВИШАВАНЕТО НА КАЧЕСТВОТО	36
1. Модел „Матрица на Кросби“.....	36
2. Модел „Схема на Рекит и Колман за отлично производство“	38
3. Модел „Схема на Браун за измерване на процесите“	40
4. Модел „Верига „служители – клиенти – печалба“ на Сиърс.....	41
5. Матрица за анализ на дейността	42
6. Пирамида SMART за измерване и оценка на дейността.....	43
7. Схема за резултатите и предпоставките	44

Глава 4. РАЗВИТИЕ НА ТЕОРИИТЕ, КОНЦЕПЦИИТЕ И СТАНДАРТИТЕ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА КАЧЕСТВОТО	45
1. Развитие на теориите за качеството	45
2. Концепцията за тотално управление на качеството	47
3. Концепцията за организационното съвършенство	49
4. Международни стандарти и системи за управление на качеството.....	53

Глава 5. ИНТЕГРИРАНИ СИСТЕМИ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА БИЗНЕСА	57
1. Същност на интегрирани системи за управление на организацията	57
2. Съдържание и структурно изграждане на интегрираните системи за управление на бизнеса. Карта за макропроцесите и подпроцесите.....	60

Глава 6. БАЛАНСИРАНИ КАРТИ ЗА ИЗМЕРВАНЕ И УПРАВЛЕНИЕ НА БИЗНЕСА	66
1. Същност и цели на балансираната система от показатели (BSc) за измерване и оценка на бизнеса. Идеен модел на системата	66
2. Стратегическите карти – рамков модел за конкретизиране на стратегията и привеждане в синхрон на стратегическите задачи	70

Глава 7. БАЛАНСИРАНАТА СИСТЕМА ОТ ПОКАЗАТЕЛИ – СРЕДСТВО ЗА ИЗМЕРВАНЕ И ОЦЕНКА НА РЕЗУЛТАТИТЕ	78
1. Параметри и изисквания към системата от показатели в BSc.....	78
2. Първо направление „Финансова перспектива”.....	80
3. Второ направление. Перспектива „Отношения с клиентите”	82

4. Трето направление. Перспектива „Вътрешни бизнес процеси”	84
5. Четвърто направление. Перспектива „Познание и развитие”	94
6. Други модели на стратегически карти за измерване и оценка на бизнеса	99

**Глава 8. БИЗНЕС ДИАГНОСТИКАТА – СЪВРЕМЕННО
НАПРАВЛЕНИЕ ЗА ИЗМЕРВАНЕ И УПРАВЛЕНИЕ
НА БИЗНЕСА** 103

1. Същност, особености, видове и основни принципи на диагностичния анализ на дейността на бизнес организациите	103
2. Идејни модели за анализ и диагностика на фирмената дейност	107
3. Организация и етапи за провеждане на анализа и диагностиката на фирмената дейност.....	118

**Глава 9. КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ
НА БИЗНЕСА.....** 120

1. Същност на конкуренцията	120
2. Основни концепции и теории за конкуренцията	124
3. Видове конкуренция.....	134
4. Същност на конкурентоспособността и видове конкурентоспособност	137
5. Основни форми на конкурентно поведение и методи за конкурентни действия.....	140
6. Роля и политика на ЕС в областта на конкуренцията	143

**Глава 10. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ
НА ПРОДУКТИТЕ НА ФИРМАТА.....** 145

1. Същност на конкурентоспособността на продуктите на фирмата.....	145
---	-----

2. Показатели за измерване и оценка на качеството на продуктите	149
3. Методи за измерване и оценка на качеството на продуктите на фирмата	152
4. Методи за измерване и оценка на конкурентоспособността на продуктите на фирмата	158
5. Използване на инженерно-стойностния анализ за измерване и повишаване на качеството на продуктите на фирмата	164
Глава 11. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА ФИРМАТА.....	168
1. Същност на конкурентоспособността на фирмата.....	168
2. Модели за теоретичен анализ, оценка и управление на конкурентоспособността на фирмата	170
3. Методи за измерване и оценка на външната и вътрешна среда	177
4. Методики за измерване и оценка на конкурентоспособността на фирмата	179
5. Създаване и поддържане на конкурентни предимства и устойчивост на конкурентните позиции на бизнеса	187
Глава 12. МЕЖДУНАРОДНА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА НАЦИОНАЛНАТА ИКОНОМИКА	190
1. Същност на международната конкурентоспособност.....	190
2. Фактори и условия на националната конкурентоспособност на страните	194
3. Етапи в развитието на страните за постигане на растеж и конкурентоспособност	198
Глава 13. МЕЖДУНАРОДНА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ.....	203
1. Методики за измерване и оценка на международната конкурентоспособност на националните икономики	203

2. Състояние и тенденции в изменение на международната конкурентоспособност на Република България.....	209
3. Конкурентни предимства и недостатъци на бизнеса в областта на международната конкурентоспособност и роля на интеграционната политика на ЕС за нейното повишаване	220
Глава 14. ИКОНОМИЧЕСКИ РАСТЕЖ НА НАЦИОНАЛНАТА ИКОНОМИКА	223
1. Същност на икономическия растеж. Теории и модели на икономическия растеж	223
2. Фактори на икономическия растеж.....	225
3. Видове икономически растеж.....	227
4. Система от индикатори и показатели за измерване на растежа на националната икономика.....	230
5. Динамика на икономическия растеж на националната икономика	232
Глава 15. ИКОНОМИЧЕСКИ РАСТЕЖ НА ФИРМИТЕ	243
1. Същност на икономически растеж и на ефективността на фирмената дейност	243
2. Видове икономически растеж на фирмите.....	246
3. Основни моменти в съвременните теории за растежа и ефективността на фирмата.....	249
4. Система от показатели и съотношения за измерване и оценка на ефективността от фирмената дейност и на вида и характера на икономическия растеж от функционирането на фирмите	253
5. Система от критерии и показатели за измерване и оценка на ефективността на фирмения икономически растеж	257
Използвана литература	264