СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc137671326)

[1 Теоретические основы управления конкурентоспособностью организации 6](#_Toc137671327)

[1.1 Понятие и сущность конкурентоспособности организации 6](#_Toc137671328)

[1.2 Факторы и источники конкурентоспособности организации 13](#_Toc137671329)

[1.3 Особенности управления конкурентоспособностью организации на рынке стоматологических услуг 19](#_Toc137671330)

[2 Методические аспекты управления конкурентоспособностью организации 25](#_Toc137671331)

[2.1 Методы оценки конкурентоспособности организации 25](#_Toc137671332)

[2.2 Алгоритм управления конкурентоспособностью организации 31](#_Toc137671333)

[3. Анализ и меры по повышению конкурентоспособности организации 43](#_Toc137671334)

[3.1 Анализ рынка стоматологических услуг 43](#_Toc137671335)

[3.2 Оценка конкурентоспособности стоматологической клиники «DentaOS» 48](#_Toc137671336)

[3.3 Разработка конкурентной стратегии стоматологической клиники «DentaOS» 58](#_Toc137671337)

[Заключение 70](#_Toc137671338)

[Список использованных источников 72](#_Toc137671339)

[Приложения 81](#_Toc137671340)

# ВВЕДЕНИЕ

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что при развитии рыночного механизма проблема конкурентоспособности стоматологических услуг резко обострилась, и ее решение требует от всех субъектов рынка активного поиска путей и методов повышения конкурентоспособности. В связи с этим повышение конкурентоспособности необходимо для укрепления позиций на рынке.

Вопросы совершенствования конкурентоспособности предприятий занимают в экономической литературе важное место. При этом чаще всего научные труды касаются анализа факторов конкурентоспособности и технологий управления конкурентоспособностью.

Специфика построения маркетинговой политики стоматологической клиники состоит в правильном выборе целевой аудитории и проведении политики продвижения, четко направленной на удовлетворение потребностей потенциальных клиентов. В таких условиях важно составить эффективную комбинацию мероприятий по формированию конкурентных преимуществ стоматологической клиники. Это возможно при постепенной и целенаправленной реализации маркетинговых действий на рынке России. Анализ потребительского спроса и рисков, существующих на рынке способствуют принятию взвешенных решений.

Степень научной разработанности проблемы. Ощутимый вклад в разработку этой проблематики оказали труды таких отечественных и зарубежных ученых, как: И. Ансофф, М. Портер, Ф. Котлер так и отечественные – В. Весни, Е. П. Голубков и многие другие.

В то же время существенного развития требует раскрытие порядка формирования конкурентных преимуществ стоматологических услуг с учетом специфики деятельности конкретной стоматологической клиники.

Объектом исследования является стоматологическая клиника ООО «ДентаОС».

Предметом исследования организационно-управленческие отношения, возникающие в процессе управления конкурентоспособностью организации.

Цель работы – анализ конкурентоспособности и разработка путей её повышения на примере стоматологической клиники «ДентаОС».

Для достижения этой цели автором поставлен ряд исследовательских задач:

- рассмотреть понятие и сущность конкурентоспособности организации

- определить факторы и источники конкурентоспособности организации

- выявить особенности управления конкурентоспособностью организации на рынке стоматологических услуг

- проанализировать методы оценки конкурентоспособности организации

- описать алгоритм управления конкурентоспособностью организации

- провести анализ и рассмотреть меры по повышению конкурентоспособности организации

- проанализировать рынок стоматологических услуг

- оценить конкурентоспособность стоматологической клиники ООО «ДентаОС»

- разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности стоматологической клиники ООО «ДентаОС».

Период исследования 2020-2022 гг.

В исследовании применялся комплекс взаимодополняющих методов. Среди теоретических методов применялись: сопоставление, тест, синтез, обобщение, систематизация, классификация. Эмпирические способы: моделирование бизнес–ситуации. Вышеназванные методы изучения применялись в работе в связи и взаимозависимости, собственно что обеспечило, всесторонность, полноту и объективность приобретенных научных результатов.

Практическая значимость полученных результатов исследования состоит в возможности применять предлагаемые мероприятия для повышения конкурентоспособности стоматологической клиники с использованием небольших бюджетов.

Научная новизнанастоящего исследования заключается в разработке методических положений и рекомендаций по разработке конкурентной стратегии стоматологической клиники в условиях цифровизации экономики, а именно предложена разработанная авторская модель повышения конкурентоспособности на рынке стоматологических услуг.

В рамках проведенного исследования получен следующий результат: определено понятие конкурентоспособности организации, осуществляющей свою деятельность на рынке стоматологических услуг; выявлены основные внутренние и внешние факторы, оказывающие влияние на источники конкурентных преимуществ в деятельности исследуемой организации на рынке стоматологических услуг; разработана и предложена конкурентная стратегия.

Все вышеперечисленные научные результаты были самостоятельно получены автором, что и отражает научную новизну настоящего исследования.