

Бурдюгова Александра Геннадьевна,

студент магистратуры;

Зяблицкая Наталья Викторовна,

д-р экон. наук, доцент,

филиал ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (НИУ)» в г. Нижневартовске,

г. Нижневартовск, ХМАО-Югра, Россия

АКТУАЛЬНОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОРГАНИЗАЦИИ

В данной статье рассмотрен вопрос об актуальности исследования темы «Конкурентных преимуществ организации». Какова роль этих преимуществ в настоящее время, и какие необходимо поставить цели и задачи для того, чтобы определить и сохранить, а, при возможности, и улучшить конкурентные преимущества для организации, которая должна «выживать» в современных условиях конкурентной борьбы на рынке.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренция, организация, рынок, конкурентная борьба, конкурентные преимущества, разработка мероприятий, постановка задач, исследование.

Aleksandra G. Burdyugova,

Student of the Magistracy;

Natalia V. Ziablitckaia,

Dr. Econ. Sciences, Associate Professor,

Affiliate of South Ural State University (National Research University) in Nizhnevartovsk,

Nizhnevartovsk, KHAMAO-Yugra, Russia

THE ACTUALITY OF THE RESEARCH ORGANIZATION'S COMPETITIVE ADVANTAGES

In this article, the question of the relevance of the research of the topic «Competitive advantages of the organization» is considered. What is the role of these benefits at present, and what are the goals and objectives to define and preserve, and, if possible, improve the competitive advantages for an organization that must «survive» in today's competitive marketplace.

Keywords: Competitiveness, competition, organization, market, competitive struggle, competitive advantages, development of measures, setting tasks, research.

Актуальность темы исследования. Проблема конкурентоспособности носит универсальный, всемирный характер. В настоящее время она затрагивает множество стран мира, всех товаропроизводителей. В условиях нарастающего воздействия научно-технической революции на национальные экономики, распространения конкуренции на новые области общественно-полезной деятельности и приобретения ею все более острого характера, конкурентоспособность стала всемирным явлением.

В современных экономических условиях деятельность каждого хозяйственного субъекта является предметом внимания обширного круга участников рыночных отношений, заинтересованных в результатах его функционирования. В связи с этим актуальность конкурентоспособности любой организации очевидна: для того, чтобы обеспечивать «выживаемость» организации в современных условиях, управленческому персоналу необходимо, прежде всего, уметь реально оценивать финансовое состояние, как своего предприятия, так и существующих потенциальных конкурентов. Известно, что уровень конкурентоспособности определяется большим числом факторов, соответственно, могут быть выделены и различные направления в решении этой задачи.

Конкуренция – одна из главных черт рыночного хозяйства, которая обеспечивает творческую свободу организации, создаёт условия для её самореализации в сфере экономики путём разработки и создания новых конкурентоспособных товаров и услуг.

Основа конкурентоспособной экономики – конкурентоспособная промышленность, поэтому основной целью любой организации будет являться победа в конкурентной борьбе. Достигается она или нет, – зависит от конкурентоспособности организации, т.е. от того, насколько она лучше по сравнению с другими фирмами-аналогами.

В качестве средств конкурентной борьбы для улучшения своих позиций на рынке компании используют, например, качество изделий, цену, сервисное обслуживание, ассортимент, условия поставок и платежей, информацию через рекламу.

В современных условиях предприятие должно найти ответы на вопросы: Кто покупает? Какое количество? Почему покупатель выбирает те или иные товары (услуги)? По какой цене? Товары (услуги) каких производителей он выбирает? Чем он при этом руководствуется? Эти вопросы играют важную роль в коммерческой деятельности каждой организации. Ответы на эти вопросы связаны с конкурентоспособностью.

Конкуренция – это цивилизованная и легализованная форма борьбы субъектов рынка за наилучшие условия производства и сбыта своей продукции с целью получения прибыли [1].

Обеспечение конкурентоспособности объективно является основной стратегической задачей любого предприятия [2].

Таким образом, актуальность данной темы для современного предприятия обосновывается необходимостью оперативного и эффективного применения инструментов для повышения конкурентных преимуществ организации, а также управления ими. В настоящее время отсутствует единая методология оценки уровня конкурентоспособности, что не позволяет своевременно оценить эффективность стратегического развития организации. В связи с этим требуется разработка мероприятий, которые бы позволили повысить и улучшить конкурентные преимущества организации. Выбор и актуальность темы исследования основаны на объективной необходимости разработки механизмов повышения конкурентных преимуществ организаций путём формирования эффективной стратегии развития предприятий в современных рыночных условиях.

Целью исследования может стать разработка мероприятий по улучшению и дальнейшему развитию конкурентных преимуществ организации.

Достижение цели позволит решить актуальную научную задачу создания методологии формирования стратегии развития предприятия с целью повышения его конкурентоспособности на конкурентном потребительском рынке.

Для достижения поставленной цели могут способствовать следующие задачи:

- исследовать основные теоретические аспекты конкуренции и конкурентные преимущества организации;
- проанализировать основные методики конкурентных преимуществ организации;
- проанализировать и выявить основные особенности конкурентных преимуществ организации;
- произвести оценку конкурентных преимуществ организации;
- выявить проблемы, полученные в ходе оценки конкурентных преимуществ организации;
- разработать мероприятия для улучшения и дальнейшего развития конкурентных преимуществ предприятия.

Объектом исследования в соответствии с поставленными целями и решаемыми при этом задачами будет являться конкретная предпринимательская структура.

Предметом исследования выступают подходы, методики оценки конкурентных преимуществ организации, а также их особенности и оценка эффективности стратегии развития организации с целью повышения её конкурентоспособности.

Теоретическую и методическую основу исследования составляют материалы и работы зарубежных и отечественных ученых в области стратегического планирования фирмы в современных условиях, управленческая оценка конкуренции организаций, основы менеджмента, бизнес-планирование организации.

Научная новизна исследования состоит в разработке научно-обоснованных мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособных преимуществ организации на рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Азов Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы. – Москва: Новости, 2000.*
- 2. Ансофф И. Стратегическое управление. – Москва, 2006.*
- 3. Гибсон Джеймс Л. Организации: поведение, структура, процессы. – Москва: ИНФРА-М, 2005.*
- 4. Кац А.М. Прогнозирование конкурентоспособности предприятий // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – №4.*
- 5. Хотинская Г.И. Факторы увеличения конкурентоспособности компании // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – №5.*