

КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО — ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Конкурентоспособность любой организации предопределяется наличием у нее конкурентных преимуществ. Конкурентное преимущество представляет собой внутреннюю характеристику, а также динамические способности или факторы внешней среды, которые обеспечивают превосходство организации над конкурентами на конкретном рынке в рассматриваемый период.

Конкурентоспособность организации во многом обусловлена наличием конкурентных преимуществ в управлении организацией, а также в управлении разработкой и реализацией товара (услуги), который она производит (реализует). Изыскание конкурентных преимуществ является ключевым аспектом стратегического управления, который ориентирован на обеспечение устойчивого роста и успешного функционирования организации в условиях высокой конкурентной среды. Организации сталкиваются с необходимостью не только реагировать на изменения на рынке, но и активно формировать свои уникальные предложения, которые позволят им выделиться среди конкурентов.

У любого конкурентного преимущества ресурс ограничен, поэтому рыночные позиции организации зависят от количества ее конкурентных преимуществ, их значимости (доступности для конкурентов) и продолжительности их жизненного цикла. Чем больше уникальных преимуществ, которые трудно воспроизвести, и чем дольше они сохраняют свою актуальность, тем крепче стратегические позиции компании [1]. М. Портер утверждал, что конкурентоспособность организации зависит не только от имеющихся у нее конкурентных преимуществ, но и от способности создавать и поддерживать их устойчивость в долгосрочной перспективе. В качестве такой способности на первый план выдвигается умение эффективно комбинировать различные факторы: организационно-управленческие, экономические, производственные, маркетинговые и иные, позволяющие организации вести эффективную хозяйственную деятельность. Эти факторы объединяются в категорию «конкурентные преимущества организации», и конкретные методы их сочетания могут стать постоянным конкурентным преимуществом компании [2].

Таким образом, для того чтобы организация занимала ведущую позицию на рынке, требуется выявление ее конкурентных преимуществ; определение ресурсов, на которых они базируются; проведение их стоимостной оценки с выделением расходов и затрат на их форми-

рование и реализацию; способов их представления для конкурентов; оценка степени их устойчивости и возможного периода их жизнеспособности [3]. Это даст возможность организации не только выявить свои сильные стороны, но и эффективно использовать их для достижения долгосрочных целей. В качестве основных конкурентных преимуществ организаций, способных обеспечить их устойчивость в длительной перспективе, выделим инновации, стратегическое опережение, использование нематериальных активов, производство уникального товара, использование ноу-хау и других преимуществ высокого порядка.

Источники

1. Хайновская, С. С. Конкурентные преимущества предприятия / С. С. Хайновская // КиберЛенинка. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentnye-preimuschestva-predpriyatiya/viewer> (дата обращения: 20.11.2024).

2. Мокроносов, А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность : учеб. пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. — 194 с.

3. Белова, С. О. Подходы к оценке конкурентного потенциала организации / С. О. Белова, И. М. Микулич // Научные труды Белорусского государственного экономического университета. — Минск, 2022. — Вып. 15. — С. 307–314.

К. С. Гончарко, А. А. Клейда
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С. О. Белова, канд. экон. наук, доцент

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Конкурентный потенциал представляет собой внутренние и внешние конкурентные возможности организации, позволяющие ей вести эффективную конкурентную борьбу на рынке за счет обладания конкурентными преимуществами на основе использования располагаемых ресурсов [1].

В литературе выделяют следующие методы оценки конкурентного потенциала: сравнительные, многомерного статистического анализа, комплексные, экспертные и другие.

Каждый из перечисленных методов обладает преимуществами и недостатками. В качестве основных недостатков выделим: субъективизм в оценке; статичность оценки; использование инструментария, соответствующего пониманию сущности конкурентного потенциала