

АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА КОМПАНИИ И МЕТОДЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ

ЩЕБЛЕТОВА НАДЕЖДА МИХАЙЛОВНА

*магистрант Саратовского социально-экономического института (филиал)
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В.Плеханова»,
Саратов, Россия*

Email: shebletovanm@inbox.ru

АННОТАЦИЯ

Формирование и достижение устойчивого конкурентного преимущества служит приоритетной задачей для любой организации. В современных условиях экономики для компании наибольшую ценность представляют устойчивые конкурентные преимущества, формировать и поддерживать которые она может самостоятельно.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, конкуренция, анализ, стратегия, менеджмент

COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE COMPANY AND METHODS OF THEIR FORMATION

NADEZHDA SCHEBLETOVA

*undergraduate Saratov Social and Economic Institute (branch) Plekhanov Russian
University of Economics, Saratov, Russia*

Email: shebletovanm@inbox.ru

ABSTRACT

The formation and achievement of a sustainable competitive advantage is a priority for any company. In the current economic environment, the company is most interested in sustainable competitive advantages, which it can form and maintain independently.

Keywords: competitive advantages, competition, analysis, strategy, management

На сегодняшний день конкурентные преимущества являются основой обеспечения и поддержания конкурентоспособности любого

предприятия. Именно то, насколько преимущества компании над конкурентами устойчивы и длительны, насколько долго компания может сохранять и

гарантировать их защиту, с какой скоростью и эффективностью она способна формировать новые конкурентные преимущества, определяет стратегическую устойчивость предприятия и прочность его конкурентного положения [2, с. 115].

Среди существующих подходов к формированию конкурентных преимуществ компании предлагается рассмотреть подробнее следующие: стейкхолдерский подход, технологический, «знаниевый», гуманитарный, информационный подход и финансовый.

Стейкхолдерский подход. Концепция заинтересованных сторон получила широкое распространение с середины 80-х гг. XX в., когда Э. Фримен представил работу «Стратегический менеджмент: концепция заинтересованных сторон», в которой ввел понятие «заинтересованная сторона» (stakeholder). Согласно данной теории, предприятие и его окружение воспринимаются как набор заинтересованных в его деятельности сторон, требования и интересы которых менеджменту организации необходимо принимать во внимание и удовлетворять [1, с. 420]. К основным стейкхолдерам можно отнести руководство компании, ее акционеров, потребителей, сотрудников, партнеров, поставщиков, а также общество и прочие субъекты, взаимодействующие с предприятием. Применяя стейкхолдерский подход, организация и ее подразделения

образуют высокомотивированных людей, которые объединены общими ценностями и целями.

Технологический подход. Улучшение существующих в организации технологий и внедрение новых является вторым рассматриваемым подходом к формированию конкурентных преимуществ. Изменения в технологии, которая применяется в конкретном виде деятельности, или изменения в продукции формируют устойчивые конкурентные преимущества компании. Технологические преимущества перед конкурентами определяются технологическими особенностями используемого сырья и материалов, специальными характеристиками оборудования, техническими и качественными параметрами выпускаемой продукции, высокой производительностью труда, оптимальным использованием производственных мощностей, необходимой гибкостью производства и т.п.

«Знаниевый» подход. На сегодняшний день знания являются особой ценностью и служат источником надежного конкурентного преимущества. Управление знаниями – это основа устойчивых преимуществ перед конкурентами наиболее успешно развивающихся компаний, а также важный элемент стратегического менеджмента, позволяющий предприятиям превосходить конкурентов и сохранять способность к получению большей по сравнению с ними прибыли [3, с. 972]. Для создания подобного

конкурентного преимущества необходимо развивать механизмы получения требуемых знаний и их своевременного, точного и последовательного распространения в рамках всей организации. Применяя «знаниевый подход», компания одновременно формирует интеллектуальный капитал, который в свою очередь также является устойчивым преимуществом.

Гуманитарный подход. Организации начинают уделять все большее внимание таким характеристикам своего персонала, как готовность идти на риск, способность устанавливать прочные взаимоотношения с клиентами, лояльность и т.п. Указанные параметры сотрудников в совокупности формируют человеческий капитал компании, качественный уровень которых в значительной степени определяет эффективность и конечный финансовый результат деятельности организации. Гуманитарный подход реализуется посредством формирования эффективной системы мотивации персонала, создания общей системы ценностей в компании и корпоративной культуры, привлечения организацию лучших специалистов, использование высоких профессиональных навыков сотрудников, накопленных в результате реализации современных программ профессиональной подготовки и др.

Информационный подход. Информационные системы, например, такие как системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM), управления

цепочками поставок (SCM), интеллектуального анализа данных (Data mining) сегодня обладают стратегической направленностью, поскольку помогают предприятию достичь конкурентные преимущества. Реализуя информационный подход, преимущества организации перед конкурентами определяются степенью оснащенности рабочих мест, необходимой для получения своевременной и проверенной информации, показателем уровня автоматизации документооборота в компании, скоростью информационных потоков между работниками, а также основываются на наличии обширной базы данных по всем элементам цепочки создания ценности [4, с. 127].

Финансовый подход. Стратегия организации должна обеспечивать путь устойчивого развития, достигнуть которое можно за счет стабильно растущего денежного потока. Он тесно взаимодействует с поступлениями и расходами денежных средств в инвестиционной деятельности. Привлечение инвестиций в компанию обеспечивает ей дополнительные конкурентные преимущества и, как правило, служит сильным средством роста. Конкурентные преимущества при финансовом подходе включают в себя лучшее по сравнению с конкурентами финансовое положение компании, что обеспечивает более свободный доступ к кредитным средствам и расширяет возможности инвестирования.

Таким образом, из всего вышеперечисленного можно сделать

вывод, что формирование конкурентных преимуществ предприятия предоставляет ей возможность в долгосрочной перспективе эффективно развиваться и конкурировать. Для того чтобы обеспечить устойчивую

конкурентоспособность компании, необходимо формирование и развитие такого сочетания данных ресурсов, которое окажется уникальным для конкретной компании.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белоусов К.Ю. Эволюция взглядов на роль управления заинтересованными сторонами в системе устойчивого развития компании: проблема идентификации стейкхолдеров // Проблемы современной экономики. – 2017. – № 4 (48). – С. 418–422
2. Куликова О.Н. Проблемы формирования конкурентных преимуществ // Проблемы современной экономики. – 2018. – № 3. – С. 115–117
3. Тальянский Д.С. Модели управления знаниями в корпорации // Креативная экономика. – 2016. – Том 10. – № 8. – С. 961–978
4. Тюриков А.В. Информационные системы как средство повышения конкурентоспособности предприятия // Известия Санкт–Петербургского государственного экономического университета. – 2016. – № 3 (81). – С. 127–128

REFERENCES

1. Belousov K.Yu. Evolution of views on the role of stakeholder management in the system of sustainable development of a company: the problem of identification of stakeholders // Problems of the modern economy. – 2017. – № 4 (48). – P. 418–422.
2. Kulikova O.N. Problems of the formation of competitive advantages // Problems of the modern economy. – 2018. – № 3. – P. 115–117.
3. Talyansky D.S. Models of knowledge management in a corporation // Creative Economy. – 2016. –Volume 10. – № 8. – P. 961–978.
4. Tyurikov A.V. Information systems as a means of increasing the competitiveness of enterprises // News of the St. Petersburg State University of Economics. – 2016. – № 3 (81). – P. 127–128.