

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/glava-diploma/27148>

Тип работы: Глава диплома

Предмет: Экономика в недвижимости и в строительстве

ВВЕДЕНИЕ

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕХАНИЗМА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

- 1.1 Конкурентоспособность как объект управления
- 1.2 Параметры и факторы конкурентоспособности услуг
- 1.3 Методы исследования конкурентоспособности продукции

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕХАНИЗМА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

1.1 Конкурентоспособность как объект управления

Понятие конкурентоспособности является сложносоставным, что обусловлено его применением на различных уровнях обобщения и, следовательно, многообразием подходов к оценке конкурентоспособности.

Конкурентоспособность представляет собой одну из главнейших интегральных характеристик, применяемых для оценки эффективности экономической деятельности хозяйствующих субъектов. Само слово конкурентоспособность, применительно к какому бы субъекту оно ни рассматривалось, подразумевает способность данного субъекта выдержать конкуренцию.

Вопросом исследования конкурентоспособности организаций, а также ее оценки посвящены работы многих авторов. Но, несмотря на существенное число работ, посвященных данной проблеме, существуют некоторые различия в понимании категории «конкурентоспособность», что обуславливает многовариантность определений, относительность, а также различие подходов к оценке и изучению конкурентоспособности на различных ее уровнях.

В экономической литературе еще не существует единого определения конкурентоспособности, которое могло бы всесторонне отразить ее сущность как экономической категории. Не разработано универсальных методик, применимых к оценке конкурентоспособности различных экономических объектов и субъектов. Опираясь на экономическое содержание понятия «конкуренция», многие авторы раскрывают понятие «конкурентоспособность», акцентируя внимание на различных ее аспектах.

Среди ученых, внесших наиболее весомый вклад в историю развития понятия «конкурентоспособность», были те, которые изначально изучали понятие «конкуренция». Это Й. Шумпетер, который исследовал институт предпринимательства как фактор конкурентоспособности в работе «Капитализм, социализм и демократия» (1942); американские экономисты А. Слоун и П. Друкер, развивающие концепцию менеджмента как ключевого фактора конкурентоспособности (работы А. Слоуна «Мои годы в Дженерал Моторс» (1963) и П. Друкера «Эпоха неопределенности» (1969)); Р. Солоу, исследовавший роль факторов образования, технологических инноваций и знаний как основных в высоком уровне конкурентоспособности США в период 1948–1982 гг. в работе «Техническое изменение и агрегированная функция производства» (1957); М. Портер, результатом исследований которого стала концепция пяти сил конкуренции, позволяющая определить детерминанты, оказывающие наибольшее влияние на хозяйствующие субъекты в условиях рыночной конкуренции.

Важно отметить, что первые исследователи проблемы управления конкурентоспособностью рассматривали ее как некий заданный критерий, обусловленный различными внутренними и внешними факторами. В дальнейшем с развитием взглядов ученых возникла идея о возможности и необходимости целенаправленного управления конкурентоспособностью, что привело к возникновению разнообразных подходов, в рамках которых появилась возможность обосновывать планы по достижению нужного уровня конкурентоспособности.

Подходы к управлению конкурентоспособностью претерпели значительные изменения в ходе развития и эволюционирования мировых взглядов на данную проблематику (табл. 1.1).

Таблица 1.1 - Эволюция концепций управления конкурентоспособностью организации

Концепция Автор Суть концепции

Концепция комплексного управления качеством А. Фейгенбаум, Э. Деминг (США)

1951 год Конкурентоспособность и эффективность деятельности фирмы зависят от качества производимой продукции. Поэтому чтобы обеспечить качество продукта, технологический процесс производства разбивается таким образом, чтобы не констатировать качество конечного продукта, а формировать его на уровне основных функциональных узлов и процессов при непосредственном участии и соответствующем уровне профессиональной и технической подготовки и ответственности непосредственных исполнителей

Концепция управления знаниями и способностями организационного обучения П. Друкер, П. Сенге³³ (США),

1966 год Главные изменения в обществе происходят с развитием информации, знания становятся центральным и ключевым источником, который не имеет географического месторасположения

Концепция организационной культуры Э. Шейн (Швейцария),

У. Оучи³⁵ (США)

1970 год Организационная культура – набор правил, инструкций, норм и принципов поведения персонала, которые помогают формировать единую команду, конкурентные позиции фирмы на рынке и адаптироваться к изменениям внешней среды

Ресурсная концепция Б. Вернерфельт (Дания), Д. Коллис, С. Монтгомери (США)

1984 год К ресурсам фирмы относятся физические (недвижимое имущество, сырье и т.д.) и нематериальные (ноу-

хау, репутация, патенты и т.д.) активы, а также организационные способности, которые могут быть в той или иной мере источниками конкурентных преимуществ

Продолжение таблицы 1.1

Концепция реинжиниринга бизнес-процессов М. Хаммер,

Дж. Чампи (США)

1990 год В эпоху постиндустриального общества корпорации образуются, развиваются и наращивают свои конкурентные преимущества не на основе разделения труда, а на базе идеи реинтеграции отдельных операций в единые бизнес-процессы

Концепция динамических способностей организации Д.Дж. Тис (Великобритания)

1997 год Потенциал фирмы состоит в динамической адаптации, производстве и перестройке компетенций быстро изменяющейся среды в достижении новых инновационных конкурентных преимуществ

Следует отметить, что в конце 60-х гг. XX в. произошло постепенное смещение приоритетов, повысилась внимание к внутренним факторам развития организации на основе более рационального использования имеющихся ресурсов. На оптимизацию внутренних ресурсов направлено большинство современных концепций развития организации .

На основании данных табл. 1.1 можно сделать вывод, что в работах зарубежных ученых XX в. отмечается, что управление конкурентоспособностью организации во многом определяется эффективным управлением знаниями в рамках этой организации с учетом специфики той или иной отрасли.

Различия в трактовках категории «конкурентоспособность» обусловлены особенностями ее экономической сущности. Конкурентоспособность - это сложное многоуровневое понятие; его анализ и оценку целесообразно тесно связывать с определенным ее уровнем. Различают конкурентоспособность товара, конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность отрасли, конкурентоспособность экономики и конкурентоспособность страны. Таким образом, иерархия конкурентоспособности включает в себя пять уровней (рисунок 1.1).

Рисунок 1.1 - Пирамида конкурентоспособности

Конкурентоспособность продукции (товара, услуги) формируется за счет конкретных свойств продукции (товара, услуги), к которым относятся его качество и цена, гарантия и постпродажный сервис, а также

свойствами продукции (товаров, услуг) конкурентов и особенностями потребителей .

Также по мнению многих исследователей сущности конкурентоспособности товара, ее уровень напрямую влияет на общую конкурентоспособность организации.

Конкурентоспособности продукции (товара, услуги) по аналогии с качеством услуги можно дать следующее определение: относительная характеристика, которая базируется на сравнении конкурентоспособности данной конкретной продукции (товара, услуги) с конкурентоспособностью аналогичной продукции (товара, услуги) конкурентов на рынке.

Конкурентоспособность товара, как уже было сказано, имеет решающее значение для конкурентоспособности и коммерческого успеха организации на рынке данного товара, продукции, услуги. Понятие конкурентоспособности включает в себя множество аспектов, среди которых основными являются соответствие продукции (товара, услуги) требованиям данного конкретного рынка, требованиям потенциальных и существующих потребителей не только по таким характеристикам как качество, технические свойства продукции, экономические и эстетические свойства, но и по таким как цена, период поставки, сбытовые каналы, продажное и послепродажное обслуживание, реклама и продвижение и пр. Также важным элементом конкурентоспособности продукции (товара, услуги) признается уровень расходов потребителя в процессе эксплуатации продукции, товара.

Таким образом, конкурентоспособностью товара признается совокупность его потребительских и стоимостных свойств, создающих предпосылки для успеха на рынке, то есть дающие ему конкурентные преимущества перед аналогичными товарами конкурентов. Конкурентоспособность товаров создает предпосылки для конкурентоспособности предприятий, отраслей, экономики и стран (согласно иерархии, представленной на рисунке 1.1).

Кроме этого, стоит сказать, что конкурентоспособность товаров в первую очередь зависит от тех качеств, в которых заинтересован, которые покупатель, то есть тех, которые могут удовлетворить потребности покупателей.

Если продукция (товар, услуга) имеет характеристики, не представляющие интерес для потребителя, то данные качества товара не имеют отношения к конкурентоспособности продукции (товара, услуги) в данных конкретных условиях .

Конкурентоспособность услуги представляет собой комплекс качеств и характеристик определенной услуги, позволяющих повысить эффективность удовлетворения потребности покупателей по сравнению с аналогичными услугами конкурентов, действующих на рынке. Основной характеристикой услуги, следующей из данного определения, является ее способность удовлетворять потребности покупателей максимально в более высокой степени, чем это осуществляется посредством услуг конкурентов, работающих на рынке.

1.2 Параметры и факторы конкурентоспособности товара

Наиболее дискуссионным вопросом остается взаимодействие факторов, определяющих динамику конкурентных отношений, поэтому закономерно высказывается мнение, что нельзя точно сказать, какой тип взаимосвязи факторов образует показатель конкурентоспособности (аддитивная, мультипликативная, кратная, смешанная, возможно, нелинейная), а также какие именно факторы определяют его значение в большей степени. Безусловно, в разных сферах деятельности есть свои специфические условия достижения конкурентоспособности. Кроме того, эти условия могут меняться по мере развития экономических отношений, поэтому и факторы будут варьироваться, а количественное описание их взаимосвязи различаться.

Р.А. Фатхутдинов в работах «Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление», «Стратегическая конкурентоспособность», представляет наиболее полный перечень факторов, позволяющих организации обеспечить конкурентоспособность, включая следующие показатели продукции (большинство исследователей фокусируют внимание именно на конкурентоспособности товаров):

- 1) качество сервиса потребителей;
- 2) надежность;
- 3) экологичность;
- 4) эргономичность;
- 5) эстетичность;

- 6) технологичность;
- 7) стандартизация и унификация;
- 8) безопасность;
- 9) совокупные затраты за жизненный цикл товара .

По мнению А. Томпсона и А. Стрикленда, к факторам конкурентоспособности относятся: качество и технические характеристики продукции; репутация (имидж) организаций отрасли; производственные мощности и инновационные возможности, которыми обладают организации отрасли; внедрение инновационных технологий в отрасли; возможности распространения произведенной продукции (дилерская сеть); финансовые ресурсы; качество обслуживания потребителей .

Д. Кревенс, напротив, подходит к категории конкурентоспособности отрасли и входящих в нее предприятий абстрактно и выделяет в качестве основных факторов конкурентоспособности такие ключевые конкурентные преимущества, как универсальность (конкурентное преимущество в различных ситуациях) и сложность дублирования технологий, разработанных в отрасли .

Анализ зарубежной литературы по управлению конкурентоспособностью показывает, что иностранные ученые значительно дальше, нежели российские, продвинулись в этом вопросе. В России же в силу исторического развития – более позднему переходу к рыночной экономике – понятие конкурентоспособности возникло относительно недавно, и отечественная школа управления конкурентоспособностью окончательно не сформировалась. Работы отечественных ученых в той или

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абаева, Н. П. Конкурентоспособность организации / Н. П. Абаева, Т. Г. Старостина ; под ред. Т. Г. Старостиной. – Ульяновск : УлГТУ, 2010. – 91 с.
2. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: Новости, 2013. – 334 с.
3. Ансофф И. Стратегический менеджмент. – СПб.: Питер, 2013. – 344 с.
4. Баринов, В.А. Стратегический менеджмент: Учебник. – М.:ИНФРА- М, 2014. – 237с.
5. Баскакова О.В. Экономика предприятия: Учебник. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. – 372 с.
6. Бунич А.П. Проблемы повышения конкурентоспособности российских предприятий на мировых рынках / А.П. Бунич. – М., 2011.
7. Веснин В.Р. Менеджмент: учебное пособие. – Москва: Проспект, 2014. – 186 с.
8. Воронов А.А. Оценка и менеджмент конкурентоспособности. – М., Гардарики, 2013. – 315 с.
9. Герчикова И.Н. Менеджмент: учебное пособие. – М., ЮНИТИ, 2012. – 415 с.
10. Гравшина И.Н. Конкурентная стратегия в системе управления конкурентоспособностью предприятия // Молодой ученый. – 2013. – №6.
11. Грачева Е.С. Эволюция теоретических и методических подходов к оценке и анализу конкурентоспособности предприятий // Наука и образование – 2011/2012: материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. 27.12.2011-05.01.2011 гг. Чехия, Прага: Изд-во «Образование и наука», 2011/2012. - С. 39-45
12. Грузинов В.П. Экономика предприятия: Учебник для вузов. – М.: Банки и Биржи, ЮНИТИ, 2012. – 370 с.
13. Данилов И.А., Волкова Е.В. Ретроспективный анализ трактования терминов «конкурентоспособность» и «конкурентное преимущество» отечественными и зарубежными авторами» /Вестник Челябинского государственного университета. - 2010. - №3 (184). - С.132
14. Демченко А.А. Измерение конкурентоспособности предприятий отрасли: Теория и методы измерения: учебник. – Курск: ГУИПП «Курск», 2012. – 65 с.
15. Ефферин В.П., Мотин В.В. Оценка конкурентоспособности при маркетинговых исследованиях. – М., 2012. – 215 с.
16. Зуб А.И. Стратегический менеджмент. – М.: Велби, 2012. – 376 с.
17. Иванова Е.А. Оценка конкурентоспособности предприятия. –Ростов н /Д: Феникс, 2012. – 296 с.
18. Квасникова В.В., Жучкевич О.Н. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум. – М.: Инфра-М, Новое знание, 2013. – 192 с.
19. Кетова И.А. Оценка конкурентоспособности фирмы: учебно-методическое пособие. – РГТЭУ, 2012. – 197 с.
20. Клейнер Г.Б. Стратегия предприятия. – М.: Дело, 2013. – 259 с.
21. Коваленко, А.И. О конкуренции теорий конкуренций [Текст] / А.И. Коваленко // Современная конкуренция. □ 2010. □ № 6 (24). □ С. 107-116.

22. Коваленко, А.И. Теоретические и методологические аспекты использования концепции «конкурентоспособности» в научных исследованиях [Текст] / А.И. Коваленко // Современная конкуренция. □ 2013. □ № 6 (42). □ С. 65-79
23. Кони́на Н.Ю. Конкурентоспособность фирмы в глобальном мире. – М.: Проспект, 2012. – 368 с.
24. Коман С.А. SWOT-анализ как база для оценки конкурентоспособности предприятия // Экономика и маркетинг в XXI веке. – 2014. – № 5.
25. Комлев Е.Б. Анализ конкурентоспособности товаров // Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. – №3.
26. Коретникова Т.М. Конкурентоспособность фирмы. – Челябинск, 2014. – 311 с.
27. Кочнев, А. Из чего состоит стратегия? [Электронный ресурс] / А.Кочнев / URL: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_17/article_4317/ (дата доступа 20.10.2017)
28. Кревенс Д. Стратегический маркетинг : пер. с англ. / Д. Кревенс. – 6-е изд. – М.; СПб; Киев: Вильямс, 2008. – 512 с.
29. Курмантайулы Д., Никифорова Н. В. Стратегия повышения конкурентоспособности предприятия: основные составляющие и направления стратегических решений // Молодой ученый. - 2015. - №9. - С. 646-651.
30. Лапыгин Ю.Н. Стратегический менеджмент: учебное пособие. – М.: Эксмо, 2012. – 432 с.
31. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. – М., 2014. – 350 с.
32. Малаева Т.Н. Оценка конкурентоспособности фирмы // Бизнес-Информ. – 2013. – №17.
33. Маренич А.Г., Астахова И.Н. Управление конкурентоспособностью предприятия // Бизнес информ. – 2012. – №5.
34. Мельник А.Н. Стратегическое управление деятельностью предприятий в условиях рыночных отношений. – Казань, 2012. – 415 с.
35. Миронов М.Г. Ваша конкурентоспособность. М.: Альфа-Пресс, 2004. - 160 с.
36. Михайлов О.В. Основы мировой конкурентоспособности: учебное пособие. – М., 2014. – 370 с.
37. Моисеева Н.Л., Конышева М.А. Маркетинговая активность как фактор конкурентоспособности фирмы // Маркетинг. – 2013. – №6.
38. Олливье А., Дайан А., Урсе Р. Международный маркетинг: пер. с фр. М., 1993.
39. Портер, М.Е. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей конкурентов. [Текст] / М.Е.Портер □ М.: Альпина Паблишер. 2011. □ 454 с.
40. Решетникова Т.П. Методика оценки конкурентоспособности предприятия // Математические методы в экономике. – 2013. – №3-4.
41. Рубин, Ю.Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции [Текст] / Ю.Б. Рубин // Современная конкуренция. □ 2010. □ № 3 (21). □С. 38-67
42. Рубин, Ю. Б. Стратегии и тактики конкурентного поведения [Текст] / Ю.Б.Рубин // Современная конкуренция. □ 2007. □ №3 (3). □ С. 83-97.
43. Селезнев А.И. Инфраструктура рынка и конкурентоспособность России // Экономист. – 2012. – №2.
44. Светульников С.Г. Информационное обеспечение управления конкурентоспособностью. – СПб.: ДуксНет, 2012. – 175 с.
45. Станько Д.В. Факторы обеспечения конкурентоспособности предприятия / Д.В. Станько // Актуальные проблемы экономики. – 2009. – № 9(99). – С. 112-116.
46. Стратегия - понятия и определения. Классификация стратегий. [Электронный ресурс] / URL: <http://www.stplan.ru/articles/theory/strategy.htm> (дата доступа 23.10.2017)
47. Суворов А.И. Понятие конкурентоспособности предприятия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hr-portal.ru/article/ponyatie-konkurentosposobnosti-predpriyatiya>.
48. Сысоева Е. А. Факторы конкурентоспособности предприятия: подходы и составляющие// Экономика и управление. – 2010. – 12 (73). – с. 283-287.
49. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа: пер. с англ. / А.А. Томпсон, А. Стрикленд. – 12 изд. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2006. – 928 с.
50. Тюлин А.Е. Теория и практика создания и управления компетенциями для повышения конкурентоспособности интегрированных структур / А.Е. Тюлин. – М., 2015. – 312 с.
51. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 465 с.
52. Царев В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 799 с.
53. Чайникова Л.Н. Конкурентоспособность предприятия . – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2012. – 192

с.

54. Четыркина Н.Ю. Система управления конкурентоспособностью: уровни, параметры и конкурентные преимущества // Креативная экономика. - 2012. - № 3 (63). - с. 15-20. - <http://www.creativeconomy.ru/articles/19700/>
55. Чиркова А.Н. Методические подходы к оценке конкурентоспособности предприятий машиностроительной отрасли // Молодой ученый. 2013. №7. - с. 260-263.
56. Чуев И.Н. Экономика предприятия: Учебник. – Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2012. – 416 с.
57. Чурсин А.А. Теоретические основы управления конкурентоспособностью. Теория и практика / А.А. Чурсин. – М.: Спектр, 2012. – 590 с.
58. Шальминова А.С. Конкурентоспособность фирмы: подходы, критерии, методы оценки // Маркетинг в России и за рубежом. 2003.№2. - с. 33-37
59. Шинкевич А.И. Управленческие инновации – фактор роста производительности труда / А.И. Шинкевич, Д.Ш. Султанова, Р.Ф. Бурганов // Вестник Казанского технологического университета. – 2013. – № 24. – Т. 16. – С. 217-220
60. Яксанов Д.С. Роль конкурентоспособности в развитии промышленных предприятий // Вестник СГСЭУ. - 2013. - № 4 (48).
61. Marshall A. The pure theory of foreign trade and the pure theory of domestic values.L., 1879.
62. Porter, M.E. What is Strategy? [Text] / M.E. Porter // Harvard Business Review. – 1996. □ November-December. □ p.62.
63. Stolper W., Samuelson P. Protection and Real Wages // Review of Economic Studies. 1941. 9 Nov. P. 58-73.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/glava-diploma/27148>