

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ НА ОСНОВЕ ОРГАНИЗАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Журавлева Д.Н.,

научный руководитель канд. экон. наук Герасимова Е.А.

Торгово-экономический институт Сибирского федерального университета

Деятельность любой фирмы начинается с ответа на вопрос о продукте или услуге, которым можно привлечь потребителей. Продукт может быть как осязаемым (товар потребления (который можно потрогать), так и не осязаемым (то есть услуга). Но мало этот продукт производить, его необходимо реализовать, что не так просто осуществить в современной рыночной борьбе. Такие условия помогают нам создавать набор определенных критериев для своего продукта, что помогает выделить продукт и сделать его жизнеспособным, а как в следствии конкурентоспособным.

Конкурентоспособность для каждой фирмы представляется по-разному, которые можно выделить в три блока. Ее можно рассмотреть с одной из трех сторон, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика аспектов конкурентоспособности [1]

конкурентоспособность со стороны внешней и внутренней деятельности	конкурентоспособность со стороны товара	конкурентоспособность со стороны процесса производства
<ul style="list-style-type: none"> • способность создавать такое превосходство над конкурентами, которое позволяет достичь поставленных целей • обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования • Борьба за ограниченный объем платежеспособного спроса, ведущаяся фирмой на доступных ей сегментах • способность компании работать в динамичной конкурентной среде при удержании имеющихся конкурентных преимуществ, как минимум, в неизменном виде (лучше – с положительной динамикой) 	<ul style="list-style-type: none"> • способность производить конкурентоспособный товар или услугу • способность прибыльно производить и реализовывать продукцию по цене не выше и по качеству не хуже, чем у любых других контрагентов в своей рыночной нише • это способность фирмы продавать свои товары • это его способность занимать определенную долю рынка продукции и способность увеличивать/уменьшать данную долю 	<ul style="list-style-type: none"> • его возможность производить на действующих производственных мощностях в соответствии запланированными технико-экономическими параметрами, обеспечивающими конкурентоспособность продукции • это относительная характеристика, отражающая степень отличия развития данной организации от конкурентов по степени удовлетворения своими товарами потребностей людей, а также возможности и динамику приспособления организации к условиям рыночной конкуренции

Конкурентоспособность как обширное понятие образуется путем сплетения мелких конкурентных преимуществ. Но чтобы достичь этих преимуществ фирме необходимо развиваться, и развиваться постоянно и непрерывно. Так что можно сказать что конкурентоспособность и организационное развитие тесно связаны между собой.

Под организационным развитием в разных фирмах могут пониматься разные направления деятельности. Деятельность по организационному развитию может исчерпываться работой одного и двух специалистов, обеспечивающих поддержание актуальности всей деятельности фирмы. Способность быстрого приспособления к изменчивым внешним условиям является не только желательным, но и во многих случаях необходимым фактором для успешного развития и существования современной организации.

В теории выделяют 3 основных взгляда на организационное развитие, которые представлены в разном объеме и в разном изложении, но отражают общую суть этого понятия (рис. 1).



Рисунок 1 – Обзор представлений об организационном развитии

Для успешного развития фирмы в современных условиях можно перечислять много факторов и все они будут правильными, но есть одно понятие которое объединяет почти все, с чем сталкивается фирма – это конкурентоспособность. Но для того чтобы быть конкурентоспособным необходимо постоянно развиваться во всех аспектах деятельности, что делает это два понятия неразделимыми.

Список литературы:

1. Парамонова, Т. Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли : учеб. пособие для вузов / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк. - М. :КноРус, 2008. - 120 с.