

Тимофеев Дмитрий Меркуьевич

магистрант

Финансово-экономический институт

ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный

университет им. М.К. Аммосова»

г. Якутск, Республика Саха (Якутия)

СУЩНОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПОТЕНЦИАЛОМ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: в статье отмечается, что сущность стратегического управления потенциалом конкурентоспособности организации заключается в эффективном использовании наличных ресурсов для аккумулирования конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе, чтобы обеспечить инвестиционную привлекательность для предприятия. Автор отмечает, что компании должны каждый день делать что-то на 1% лучше, будь то простая замена осветительных ламп в офисе, организация рабочего места или любое другое улучшение условий работы людей.

Ключевые слова: маркетинг, экономика, управление конкурентоспособностью, менеджмент, потенциал.

Стратегическая конкурентоспособность играет большую роль в формировании стоимости предприятия, так как заданный вектор развития, определяет, как рыночные факторы влияют на деятельность и результаты предприятия. Отрицательные и хорошие.

Я бы еще определил, что стратегическая конкурентоспособность это и есть концепция (философия) компании. Так как именно философия ведения бизнеса задает характер стратегии развития компании в долгосрочной перспективе. В качестве примера можно назвать одну из главных ценностей сети ресторанов быстрого питания «МакДоналдс»: «Мы демонстрируем, как высоко мы ценим наших посетителей, предоставляя им высококачественную продукцию по доступной цене, превосходное обслуживание в чистых ресторанах с гостеприимной

атмосферой». В данной ценности бренда компании можно выделить несколько основных направлений развития как:

1. Поддержание и развитие гибкой системы ценообразования.

2. Стратегический приоритет системы менеджмента качества в компании (Патруль Качества).

3. Поддержание высокой культуры обслуживания гостей.

4. Высокие санитарно-технические нормы обслуживания.

Из этого примера, можно сделать вывод, что философия компании играет определяющую роль в долгосрочной конкурентоспособности компании на рынке. МакДоналдс – сейчас является мировым лидером в своей отрасли, т.е. самым конкурентоспособным игроком на рынке. Еще основатель Рей Крок в самом начале развития компании заложил вектор стратегического развития компании на многие годы. С помощью команды единомышленников основатель контролировал и помогал обеспечивать во всех франчайзинговых ресторанах сети стандарты МакДоналдс. Благодаря стратегии развития, разработанной Рэем Кроком, бренд МакДоналдс стал широко известен и приобрел популярность как у посетителей, так и у потенциальных покупателей франшизы, для которых была продумана специальная система обучения («Университет гамбургерологии»).

Стратегическая конкурентоспособность должна иметь системный и базисный подход для успешного развития компании. К сожалению, наши предприниматели напрочь забывают об этом, нацелившись на сиюминутную прибыль, которая, как и любой неразумный подход краткосочен и неэффективен. Это объясняется тем, что в нашем рынке культура бизнеса находится на первобытном уровне по сравнению с зарубежными коллегами. Наша цель как будущих менеджеров, маркетологов искоренить эту проблему с помощью добытых знаний и «набитой руки» в институте.

Компании должны каждый день делать что-то на 1% лучше, будь то простая замена осветительных ламп в офисе, организация рабочего места или любое другое улучшение условий работы людей, ведь все это в совокупности и в сумме будет формировать 365% успеха компании каждый год.

Именно это я понимаю под стратегической конкурентоспособностью.

Список литературы

1. Управление конкурентоспособностью организации: Уч. пособие / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова. – 2014.
2. Рэй Крок. McDonald's: Как создавалась империя = Grinding it Out: The Making of McDonald's. – М.: Альпина Паблишер, 2008. – 400 с.