

Сергучев Петр Андреевич

магистрант

Финансово-экономический институт

ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный

университет им. М.К. Аммосова»

г. Якутск, Республика Саха (Якутия)

ВИДЫ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Аннотация: на сегодняшний день, при ужесточенной конкуренции на рынке, все компании, чтобы не стать банкротом, должны применять при своей работе маркетинговый анализ, так как благодаря маркетинговому анализу можно выявить сильные и слабые стороны своей организации и конкурентов, составить план стратегии развития компании, и рассчитать эффективность управления. В данной работе автор попытался проанализировать основные виды конкурентных преимуществ, а также составить список основных конкурентных преимуществ современных компаний.

Ключевые слова: конкурентное преимущество, компания, маркетинг.

Конкурентным преимуществом называют систему, которая обладает какой-либо ценностью, и которая дает ей превосходство над своими конкурентами.

Конкурентные преимущества могут быть в экономических, технических и организационных сферах деятельности компаний. Понятие «конкурентное преимущество» было впервые введено Майклом Портером на рубеже 1970–80-х годов.

Выделяют следующие виды конкурентных преимуществ:

1. *Ресурсные:* т.е. доступ компании к дешевому и качественному сырью; эффективное использование ресурсов: поставщики.
2. *Технологические:* наличие современного оборудования; наличие патентовых технологий.

3. *Интеллектуальные*: высококвалифицированные сотрудники; оптимальная система менеджмента.

4. *Рыночные*: доступ к рынку; высокая доля рынка, каналов распределения; наличие рекламы, эффективной системы сбыта и послепродажного обслуживания.

5. *Иновационные*: разнообразие ассортимента выпускаемой продукции с усовершенствованными характеристиками.

6. *Культурные*: позволяют субъектам хозяйствования успешно функционировать в странах с близкой культурой.

К основным конкурентным преимуществам компании относят:

1. Опыт. Если сотрудники предприятия высококвалифицированные и имеют огромный опыт, то потребители будут охотно обращаться к данному предприятию.

2. Цена. Цену называют одним из основных преимуществ любой фирмы. Если цена продукции или услуги предприятия низкая, чем у конкурентов, то поток клиентов будет огромной.

3. Сроки (время). Когда предприятие выполняет заказ или услугу в точное оговоренное время, то данное преимущество положительно скажется в имиджи предприятия.

4. Особые условия. Тут включены: система скидок, удобное расположение компании, обширная складская программа, вручение подарков, начисление бонусов, оплата после получения товара и т. д.).

5. Авторитет. Данный показатель также является конкурентным преимуществом. Фактор авторитета включает различные достижения фирмы, призовые места на выставках и конкурсах, награды, известных поставщиков или клиентов. Благодаря всему этому компания становится более популярной.

Таким образом, конкурентные преимущества играют ключевую роль в развитии любых компаний. Выявление конкурентных преимуществ и ее развитие является основной задачей маркетолога. Поэтому маркетологи и менеджеры

должен знать все виды конкурентных преимуществ при составлении плана развития компании.

Список литературы

1. Конкурентные преимущества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://practicum-group.com/> (дата обращения: 20.11.2018).
2. Конкуренция на рынке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gd.ru/articles/> (дата обращения: 30.11.2018).