УДК 005+65.01:339.137.2

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕХАНІЗМУ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ОРГАНІЗАЦІЇ

Студ. В.Г. Рупосов, гр. МгУР-1-16
Науковий керівник доц. В.В. Бугас
Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Мета_наукового дослідження – розробити конкурентні переваги та їхнє керування в області надання інформаційних послуг.

Завдання. Для досягнення мети роботи вирішувалися такі завдання:

- визначення втримування поняття «конкурентної переваги» на підставі вивчення різних його трактувань і властивостей;
- виявлення факторів, які впливають на формування конкурентних переваг організації і їхнім керуванням;
- визначення методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності організації з формуванням її конкурентних переваг на ринку України;
- визначення основних факторів, які впливають на формування конкурентних переваг на ринку надання інформаційних послуг;
- розробки стратегії підвищення якості інформаційних послуг з можливістю виходу на зовнішній ринок;
- оцінки ефективності пропонованих заходів.

Об'єкт дослідження – процес керування конкурентними перевагами організації по наданню інформаційних послуг.

Методи та засоби дослідження. Під час наукового дослідження використовувались такі методи та засоби:

- економіко-статистичні методи (при аналізі тенденції ринку надання інформаційних послуг, їхніх цін і якості, аналізу впливу факторів внутрішнього й зовнішнього середовища);
- метод експертних оцінок (при опитуванні й визначенні позитивних і негативних факторів, що визначають конкурентні переваги);
- матричні методи (при формуванні карти конкурентної ринку інформаційних послуг і при виборі цільових зовнішніх ринків).

Як інформаційна база використовувалися як вітчизняні, так і закордонні періодичні видання, матеріали видавництв, інформаційні сайти Інтернету й дані про діяльність організації.

Усі висновки й висновки в роботі засновані на діючих нормативно-правових актах і відповідному законодавстві України за напрямом дослідження. У роботі використані матеріали Держкомстату України – статистична й фінансова звітність організацій даної сфери діяльності. Інформація оброблялася за допомогою програмних засобів.

Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів. Новизною є запропонована стратегія розвитку організації, що підвищує рівень конкурентних переваг і дозволяє ними управляти. Практичне значення отриманих результатів полягає в пропозиції актуальних шляхів вирішення проблем формування вагомих конкурентних переваг організації й конкурентоспроможності її на ринку. Варто зазначити, що існуючі теоретичні дослідження конкурентних переваг та методів управління ними недостатньо висвітлюють саме практичний бік проблеми конкурентоспроможності компанії. Отже, у цьому науковому дослідженні запропоновано шляхи організації компанії належним чином, запропоновано різноманітні способи аналізу конкурентів та шляхи підвищення конкурентоспроможності компанії.

Результати дослідження. Під час дослідження теоретичного аспекту питання було розглянуто суть поняття «конкуренція», різні варіанти тлумачення цього поняття, які існують види конкуренції,методи конкуренції, умови її зростання на ринку, окреслено основні фактори, які впливають на конкурентну боротьбу, роль конкуренції на ринку та її недоліки. Також визначено характеристики конкуренції, конкурентні переваги. Досліджено світовий досвід з методичних підходів щодо оцінки конкурентних переваг підприємства. Описано фактори розвитку конкурентних переваг підприємства [1, 2].

У практичній частині наукового дослідження подано характеристику базового підприємства, саме call-центру. На основі графіків та розрахунків розглянуто сучасний стан економічних результатів господарської діяльності підприємства та його аналіз із застосуванням пакету ECXEL. Проаналізовано конкурентне середовище та рівень конкурентоспроможності підприємства.

Висновки. Виходячи із вище сказаного можна зробити такі висновки:

1. ціна є основним регулятором ринку і якщо вона встановлюється згідно закону попиту та пропозиції, тоді можна говорити про ринкові відносини;
2. конкурентні переваги являють собою раціональне використання взаємозалежних факторів зовнішнього й внутрішнього середовища, у результаті якого для організації забезпечується випуск конкурентоспроможного продукту й формуються основи для довгострокового розвитку й забезпечення конкурентоспроможності;
3. самим перспективним способом визначення того, наскільки стійка конкурентна позиція організації на ринку, є кількісна оцінка кожного індикатора конкурентної чинності в порівнянні з його значенням у конкурентів;
4. при проведенні аналізу конкурентів об'єктом стають ключові фактори успіху, які розділять всіх учасників ринку на лідерів і відстаючих. Аналіз і дослідження конкурентів у порівнянні – це основа для визначення їхніх переваг і здатностей.

За результатами аналізу роботи реальної компанії інтернет-магазину «Рєпка» можна зробити такі висновки:

По-перше, call-центр відноситься до сфери надання інформаційних послуг та має свої особливості функціонування, а саме;

По-друге, висока динамічність, невизначеність та суперечливість дій користувачів в процесі взаємодії, що затрудняють визначеність його цілей;

По-четверте, наявність у користувача конкретних планів рішення задач, враховуючи його цілі та визначаючи його дії;

По-п’яте, неможливість апріорної формалізації багатьох видів даних про користувача і про процес взаємодії (неповнота знань);

По-шосте, за результатами аналізу фінансових результатів діяльності call-центру отримали наступне:

По-сьоме, загальна ліквідність за період вище нижньої межі нормативу, але не досягає у 2013-2014 роках вищої межі – 2, у 2015 році стан загальної ліквідності став кращім, що говорить про стабільність фінансового положення;

По-восьме, коефіцієнт поточної ліквідності не досягає нормативного значення;

По-дев’яте, є падіння коефіцієнтів ліквідності на кінець періоду;

По-десяте, на кінець періоду (у 2015 році) спостерігається підвищення залежності підприємства від притягнутих коштів і коефіцієнт автономії також знизився.

Ключові слова: **к**онкуренція; перевага; конкурентоздатність.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бондаренко С. М., Невмержицька А.А. Оцінка конкурентоспроможності підприємства // Економіст, – 2014. -№ 2. – С. 11

2. Гончаров Ю.В. Підвищення конкурентоспроможності підприємств на регіональному рівні шляхом кластеризації. / Вісник ХНУ. №5. Том 3. 2010. – с. 25-28.