В условиях развития рыночной экономики каждое действующее на рынке предприятие стремится к повышению собственной конкурентоспособности и конкурентоспособности производимой им продукции.

Современная мировая экономика находится под воздействием глубокого кризиса, влияние которого в значительной мере проявилось и в России. Сегодняшнее положение на всех российских рынках товаров и услуг значительным образом усиливает существующую на нем конкуренцию, в особенности – в свете решения задачи активного импортозамещения, поставленной правительством. В российской экономике складываются объективные условия, способствующие укреплению отечественных товаров на национальном рынке, вытеснению с него зарубежных аналогов и субститутов. Для предприятий становятся предельно важными вопросы выявления и оценки факторов укрепления своей конкурентоспособности не только сегодня, но и в долгосрочной перспективе.

Проблематика управления конкурентоспособностью предприятий, производимых ими товаров и услуг с целью ее повышения, методологические и практические аспекты совершенствования управления конкурентоспособностью условиях отражены в учебно–методических материалах, работах представителей современного российского научного сообщества (И.В. Артюховой, Д.С. Воронова, Н.А. Дубининой, Е.Л. Журавлевой, В.В. Осипова, И.И. Пантелеевой, С.Р. Симонян, К.А. Соломиной, Д.И. Сущенко, Е.А. Тарасовой, С.Т. Тодошевой, Р.А. Фатхутдинова, И.В. Щетининой и др.) и зарубежных специалистов, этим вопросам посвящены междисциплинарные исследования международного уровня, материалы специализированных периодических изданий и научно–практических конференций.