

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Козлова Е.А., Курс А.А.

**Могилёвский государственный университет продовольствия
г. Могилёв, Беларусь**

Термин «конкурентоспособность» широко используется не только в научной литературе. Экономисты, бухгалтеры, менеджеры, собственники бизнеса используют его для описания возможностей интеграции отечественной экономики в систему мирохозяйственных связей. Поэтому повышение конкурентоспособности является одним из основных условий для вхождения страны в международный рынок капитала [1].

Для современной экономики характерна необходимость быстрого реагирования на внешние и внутренние изменения в целях поддержания устойчивого финансового состояния и совершенствования деятельности в условиях постоянно изменяющейся конъюнктуры рынка. Именно конкурентоспособность является тем критерием, который наиболее полно отражает эффективность деятельности экономического субъекта.

Изучение практики деятельности конкретных организаций показывает, что повышение конкурентоспособности является очень сложной и, порой, трудно выполнимой задачей. Это связано как с отсутствием четкой стратегии реализации мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности, так и с нехваткой финансовых ресурсов для реализации имеющихся проектов.

При отсутствии целей и понимания современной системы рыночных отношений вопросы повышения конкурентоспособности часто заменяются решением текущих проблем, сводя к минимуму любые возможности для маневрирования на рынке товаров и услуг [2].

Достижение устойчивой конкурентоспособности предприятия обеспечивается не за счет усиления одной составляющей, а в силу развития нескольких факторов, обеспечивающих повышение конкурентоспособности. Это позволяет диверсифицировать ресурсы и минимизировать риски при обеспечении конкурентных преимуществ. Однако, в любом случае, повышение конкурентоспособности является очень длительным процессом.

Уровень конкурентоспособности позволяет комплексно оценить деятельность любого предприятия, провести анализ преимуществ над конкурентами в рыночной и логистической сферах [3]. Он зависит как от степени преимуществ над конкурентами, так и от факторов внешней среды.

Для предприятий-лидеров характерны: значительная доля сегмента на рынке, индивидуальная программа по безубыточной деятельности, высокий спрос на продукцию, наличие отличительных особенностей продукции, разнообразие ассортимента, инновационная деятельность, квалифицированная рабочая сила. Для удержания позиций на рынке необходима постоянная работа по изучению действующих и потенциальных конкурентов, составлению прогнозов деятельности, проведению маркетинговых исследований.

Для обеспечения конкурентоспособности любой организации необходимо гибкое сочетание ценового, сервисного и качественного факторов. Конкурентоспособность закладывается на начальной стадии проектирования и

создания производства, но и в дальнейшем может корректироваться в зависимости от изменения рыночной конъюнктуры.

Основу конкурентоспособности предприятия создает система его конкурентных привилегий, которая зависит от области возникновения, содержания, времени реализации, места реализации и вида конечного результата [4].

Для повышения уровня конкурентоспособности предприятия необходимо достичь разумного баланса между использованием внутренних ресурсов организации и возможностей внешней среды. Внешняя среда включает в себя государственную и налоговую политику, систему регулирования экспортных и импортных операций, сертификацию, регулирование цен на энергоносители, стимулирование инновационной деятельности, эффективную внешнеэкономическую политику. В повышении конкурентоспособности заинтересованы не только предприятия, но и государство в целом, поэтому необходимо проводить комплексную политику, направленную на создание инновационных конкурентных преимуществ путем применения финансово-кредитных рычагов стимулирования инноваций, продвижения системы стандартов качества.

В условиях высокого уровня нестабильности внешней среды стратегическое планирование конкурентоспособности является, пожалуй, единственным способом прогнозирования будущих проблем и возможностей предприятия.

Для повышения конкурентоспособности организации необходимо разработать четкую стратегию своей деятельности и, на начальном этапе, сконцентрировать усилия на конкретной конкурентной нише. В процессе развития деятельности необходимо диверсифицировать сферу интересов для укрепления позиций на рынке.

Кроме того, целесообразно направить ресурсы на повышение технологических конкурентных преимуществ (разработку экологически чистых производств), на повышение квалификации, переподготовку и подготовку кадров (владение современными методами, способами производства, использование современных информационных технологий во всех сферах деятельности организации), создание наукоемких производств (на основе внедрения современных научных разработок с использованием инновационных подходов к реализации поставленных задач).

Только применение комплексного подхода (использование факторов внешней и внутренней среды) в повышении конкурентоспособности позволит достичь эффективности использования ресурсов и реализации стратегических целей в системе современных мирохозяйственных связей.

Литература

1 Габибова М. Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / М.Ш. Габибова // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). — М.: Буки-Веди, 2015. — С. 85-87. Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/134/8220>. Дата доступа: 13.03.2018 г.

2 Оковкина О.Н., Чупайда А.М. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / О.Н. Оковкина, А.М. Чупайда. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/puti-povysheniya-konkurentosposobnosti-predpriyatiya>. Дата доступа 01.03.2018 г.

3 Кудрявцев К.А. Способы повышения конкурентоспособности предприятий / К.А. Кудрявцев // Креативная экономика. — 2010. — Том 4. — № 12. — С. 123-128.

4 Савич Е. О. Пути повышения конкурентоспособности предприятия // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2016. — Т. 11. — С. 2241–2245. — URL: <http://e-koncept.ru/2016/86477.htm>. Дата доступа 01.03.2018 г.