

Белоусов Дмитрий Николаевич

студент

ФГБОУ ВО «Ульяновский институт гражданской
авиации им. Главного маршала авиации Б.П. Бугаева»
г. Ульяновск, Ульяновская область

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: в статье указаны определение конкурентоспособности организации, указаны, какими факторами они определяются. В работе также перечислены пути повышения конкурентоспособности организации.

Ключевые слова: конкурентоспособность, предприятие, прибыль, спрос, рынок, анализ, расходы, динамика, технологические инновации, рост, продукция.

В рыночной экономике повышение конкурентоспособности организаций, является неотъемлемым критерием для интеграции страны в глобальную экономику.

Конкурентоспособность – способность определённого объекта или субъекта превзойти конкурентов в заданных условиях [1, с. 24].

Конкурентоспособность организации – это преимущество данной организации по отношению к другим предприятиям в рамках той или иной отрасли, как внутри страны, так и за ее пределами. Конкурентоспособность не является имманентным качеством фирмы, это означает, что конкурентоспособность фирмы может быть оценена только в рамках группы фирм, относящихся к одной отрасли, либо фирм, выпускающих аналогичные товары (услуги).

Наличие на рынке конкурентов предполагает возникновение конкуренции между продавцами рынка, которые стремятся наилучшим образом удовлетворить потребности клиентов, за счет улучшения качества товаров или услуг, а также повышения уровня обслуживания потенциальных клиентов. Возникновение такой конкуренции обеспечивает оживление рынка, создает новые стимулы для предприятия как в сфере производства – улучшение имеющихся и применение новых эффективных методов создания товара, так и в сфере продаж –

наилучшим образом удовлетворить желания потребителей, за счет высокого качества продукции и сниженных цен на них, а также обеспечивает развитие благоприятных условий для социального и технологического прогресса предприятия.

В настоящее время проблема повышения конкурентоспособности организации становится наиболее актуальным вопросом в рыночной экономике. От того или иного результата конкурентной битвы предприятий зависит положение фирмы в рыночной среде, ее выживаемости. В современной системе экономики при насыщенности рынка товарами начинает развиваться тенденция повышения интеллектуальности бизнеса как основного инструмента влияния на производственные факторы, которые в свою очередь приводят к повышению конкурентоспособности. В ходе развития рыночной экономики появляется необходимость создания производственного потенциала и повышения конкурентоспособности организаций.

Рассмотрим виды конкуренции.

1. Функциональная конкуренция предполагает, что разные товары могут удовлетворять одну и ту же потребность. Своего рода взаимозаменяемые товары, которые различными методами могут удовлетворить аналогичные потребности.

2. Видовая конкуренция удовлетворяет потребность в товарах с высокими потребительскими качествами. Одной из особенностей является ориентированность на классовую разницу между слоями населения.

3. Межфирменная конкуренция предполагает, что лидирующие позиции на рынке имеет тот, кто лучше привлек внимание потенциальных потребителей. В данном виде конкуренции не столь значимую роль имеет уникальность, ориентированность, универсальность и функциональность продукта, сколько сервисная часть, включающая в себя рекламную кампанию и поиск нового подхода в борьбе за покупателя.

Успех на современном рынке имеют не только те предприятия, которые смогли бы обеспечивать разнообразие ассортимента выпускаемых товаров и

предлагаемых услуг, приумножить ценности потребительских свойств продукции при одновременном незначительном увеличении цены на нее, концентрируют свои усилия на создании новых сегментов и новых ниш рынка, но и те, которые ориентированы на каждого клиента, ведь при многообразии однотипных продуктов, именно сервисная часть часто является ключевым фактором выбора [1, с. 25].

На конкурентоспособность влияет ряд факторов:

1. Технологические инновации. Увеличить значение эффекта жизненного цикла товара можно с помощью применения технологических нововведений в сфере производства, а также увеличения размера инвестиций.
2. Динамика лидерства. Вход в конкуренцию и выход из нее крупных фирм, перераспределение ролей и выделение новых ключевых игроков, которое ведет к изменению структуры рынка.
3. Динамика масштабов долгосрочного спроса. Важным фактором при принятии решений по инвестированию для увеличения производительной мощности предприятия является увеличение или уменьшение долгосрочного спроса.
4. Маркетинговые инновации. Периодически фирмы предлагают рынку свою продукцию, пользуясь новыми путями и способами, стараясь увеличить покупательский интерес, подтолкнуть спрос, уменьшить затраты на единицу продукции.
5. Государственное регулирование рынка. Действия государства через свои институты, включая регулирование экономических отношений, а также изменение государственной политики, могут повлиять на рынок и конкурентные условия.
6. Диффузия достижений. Снижение барьеров для вхождения в сегмент рынка обеспечивается раскрытием новой технологии соперниками, поставщиками, потребителями [2, с. 58].

Существует несколько путей повышения конкурентоспособности организаций:

1. Постоянное использование инноваций.

2. Поиск и применение новейших форм выпускаемого товара.
3. Соответствие качества выпускаемых товаров государственным и мировым стандартам.
4. Использование сырья и материалов только высокого качества.
5. Постоянное обучение и переподготовка кадров.
6. Улучшение условий труда и повышение заработной платы работников.
7. Анализ своих конкурентов, для выявления своих сильных и слабых сторон предприятия.
8. Проведение наиболее эффективных рекламных мероприятий.
9. Регистрация своего товарного знака и использование фирменных марочных изделий.

При помощи этих путей повышения конкурентоспособности организация сможет повысить свои денежные активы, а также иметь возможность конкурировать с другими предприятиями. Стабильное улучшение конкурентоспособности организации может осуществляться только при условии непрерывного, долгосрочного совершенствования всех составляющих конкурентоспособности.

Список литературы

1. Белоусов И.Н. Система управления эффективностью в лучших компаниях / И.Н. Белоусов, В.А. Королёв // Материалы III ежегодной научно-практической конференции Северо-Кавказского федерального университета «Университетская наука – региону» / Ред. Л.И. Ушвицкого, Н.Н. Яковенко. – Ставрополь: Издательско-информационный центр «Фабула». – 2015. – С. 24–26.
2. Белоусов И.Н. Совершенствование системы сбалансированных показателей промышленных предприятий / И.Н. Белоусов, Д.Н. Белоусов // (479) Вестник Северо-Кавказского федерального университета. – 2015. – №3 (48). – С. 57–60.