

**Автор:**

**Меренкова Ирина Александровна**

студентка

**Научный руководитель:**

**Шабалина Татьяна Александровна**

канд. пед. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Елецкий государственный

университет им. И.А. Бунина»

г. Елец, Липецкая область

## **ОЦЕНКА И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

***Аннотация:** данная статья посвящена рассмотрению значимости конкурентоспособности для предприятия в условиях рыночной среды. Изучена сущность конкурентоспособности предприятия, выявлены факторы, влияющие на нее, определен способ ее оценки и предложены пути совершенствования.*

***Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность предприятия, совершенствование конкурентоспособности, конкурентные преимущества, оценка конкурентоспособности, лидер рынка.*

В нашей стране, как и во всем мире, рыночная экономика строится по принципу конкурентной борьбы. Именно конкурентоспособные предприятия способны выжить на рынке и продолжить свою производственно-хозяйственную деятельность вне зависимости от негативных воздействий на них оказываемых. Конкуренция предполагает соперничество между определенными хозяйствующими субъектами за лидирующее положение на рынке. У них одинаковые цели и сфера деятельности.

Все предприятия стремятся привлечь к себе покупателя и не дать ему уйти к конкуренту. Для этого приходится постоянно совершенствоваться, внедрять новшества, повышать свою конкурентоспособность. Конкурентоспособность предприятия – это его потенциал, возможности и умение своевременно

приспосабливаться к изменениям рыночной среды. Она относительна и носит динамичный характер. Конкурентоспособное предприятие должно иметь качества (преимущества), которые слабо выражены либо вовсе отсутствуют у конкурентов.

Смысл относительности конкурентоспособности предприятия состоит в том, что задача предприятия – быть лучше, чем его потенциальные конкуренты. Необходимо постоянно анализировать результаты их работы и сопоставлять со своими результатами, отслеживать финансовое состояние не только своего предприятия, но и финансовое состояние своих конкурентов. А так как развитие общества никогда не стоит на месте, то и нельзя упускать из виду процессы, происходящие во внешней среде. С течением времени все устаревает, а поэтому нельзя останавливаться на уже достигнутом успехе.

Во многом конкурентоспособность предприятия зависит от конкурентоспособности выпускаемой продукции. Если продажи растут, то будет повышаться платежеспособность и финансовая устойчивость предприятия. Это приведет к увеличению прибыли, большей мотивированности сотрудников и повышению значимости предприятия в глазах потребителей, поставщиков и конкурентов [2, с. 69].

Чтобы выявить, какими путями идти на повышение конкурентоспособности своего предприятия нужно провести SWOT-анализ. Он позволяет определить сильные и слабые стороны, возможности и угрозы предприятия. Сильные и слабые стороны содержит в себе внутренняя среда организации. Возможности и угрозы исходят из внешней среды. Оценку проводят по определенным параметрам. Для каждого параметра определяются сильные и слабые стороны внутренней среды, возможности и угрозы внешней. Параметры оценки внутренней среды: маркетинг, производственная деятельность, управление предприятием, финансы предприятия, персонал, процесс снабжения, особенности взаимодействия с клиентами, инновационная деятельность. Оценка каждого параметра с позиции сильной и слабой стороны дает понять управляющему, на что можно рассчитывать, а что подлежит доработке. Из внешнего окружения влияние может

оказывать как микросреда, так и макросреда. Их оценка может включать следующие параметры: спрос, сбыт, конкуренция. Сюда входят различного рода факторы макросреды (политические, экономические, правовые, природные, научно-технические и прочие) [1, с. 114].

На основе результатов проведения SWOT-анализа управляющий может сделать выводы относительно конкурентоспособности своего предприятия на данный период времени. Увеличение объема продаж и спроса покупателей на продукцию предприятия способствует повышению конкурентоспособности не только в настоящем, но и создает предпосылки успешного развития на перспективу.

В современных условиях рыночных отношений предприятия вынуждены постоянно совершенствоваться и развиваться. Конкуренция – неотъемлемая часть рынка. Одно из самых важных направлений совершенствования – обеспечение себе преимуществ перед другими предприятиями. Их нужно не только уметь создавать, но и правильно применять на практике. Важным моментом для обеспечения эффективности использования конкурентных преимуществ является их согласование с общей стратегией предприятия. Если предприятие занимает лидирующие позиции среди других, то ему обеспечен успех. Лидер рынка – конкурентоспособный, сильный соперник, стабильный и динамично развивающийся субъект рынка. Его работа слажена и эффективна. Оно умеет вовремя реагировать на непредвиденные изменения и кризисы. Чтобы находиться в числе таких сильных предприятий и повышать собственную конкурентоспособность, необходимо реализовать ряд мероприятий.

1. Разрабатывать и внедрять инновационную политику. Так как НТП постоянно растет и изменяется, то меняются и появляются новые потребности покупателей. Актуальными становятся более совершенные современные продукты и услуги. Поэтому инвестирование в инновации – основная задача проведения инновационной политики.

2. Государство должно быть заинтересовано в эффективной деятельности предприятий и реализации их инновационных проектов. Для этого можно

организовать конкурсы, победители которых смогут получить поддержку от государства. Это могут быть определенные государственные гарантии или инвестиционные ресурсы от государства.

3. Руководители предприятий должны мотивировать своих сотрудников на успешную работу. Условия труда и отдыха, выплаты зарплаты и премий, социальные гарантии и льготы должны стимулировать работников трудиться лучше и эффективнее. Слаженность их работы способна вывести предприятие в лидеры. Все ошибки конкурентов в работе с сотрудниками должны быть учтены и исключены на собственном предприятии в работе со своими сотрудниками.

4. Должен соблюдаться порядок сертификации систем качества продукции в соответствии с международными стандартами ИСО 9000. Это важнейший критерий конкурентоспособности предприятия.

5. Предприятие должно обладать конкурентными преимуществами не только на фоне национальных производителей, но и не уступать зарубежным конкурентам ни в качестве продукции, ни в цене на нее. Качество должно быть лучше, цена ниже, чем у импортного аналога.

6. Для расширения сбыта в условиях ограниченности финансовых ресурсов нужно внедрять лизинговые операции.

Таким образом, несмотря на жесткие условия выживания предприятий на рынке, существует множество путей совершенствования конкурентоспособности предприятия. Ее необходимо повышать постоянно, чтобы всегда держаться «на плаву». Это может быть достигнуто благодаря ориентации на запросы потребителя, улучшению качества выпускаемой продукции, проведению инновационной политики, лучшему использованию ресурсов предприятия (в том числе трудовых) и ряда других мероприятий. Своевременное повышение конкурентоспособности предприятия обеспечит успех и финансовую устойчивость на будущее.

### ***Список литературы***

1. Алексенко В.В. Инновационные стратегии компаний как фактор национальной конкурентоспособности. – М.: Научная книга, 2016. – 136 с.

2. Дюков И.И. Управление конкурентоспособностью компании: Учебное пособие. – СПб., 2015. – 100 с.
3. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента / Н.И. Кабушкин. – М.: Экомпресс, 2016. – 270 с.
4. Ладанов И.Ю. Практический менеджмент / И.Ю. Ладанов. – М.: Ника, 2015. – 320 с.