

## **Пути повышения конкурентоспособности промышленных предприятий**

Плясунков А.В., Мулярчик И.Н.

Белорусский национальный технический университет

В условиях рыночной экономики конкуренция играет первостепенную роль. В связи с этим рыночным субъектам важно быть конкурентоспособными, чтобы успешно вести свою деятельность.

Конкурентоспособность промышленного предприятия интегрирует все технические, экономические, управленческие, финансовые и другие аспекты деятельности предприятия. В свою очередь, условием обеспечения конкурентоспособности промышленных предприятий является обеспечение конкурентоспособности выпускаемой продукции с точки зрения потребителя.

Направления повышения конкурентоспособности промышленных предприятий для целей структуризации можно подразделить на две основные группы:

1) повышение рентабельности продаж, что должно достигаться через повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции и эффективное управление затратами на ее производство и реализацию;

2) повышение оборачиваемости активов, что должно достигаться через повышение деловой активности предприятия, управление дебиторской задолженностью и основными средствами.

По каждому направлению повышения конкурентоспособности промышленного предприятия должно разрабатываться дерево целей, на последнем уровне которого должны быть мероприятия по достижению целей из конкретных проектов. Этими мероприятиями могут быть повышение качества управления, совершенствование связей с внешней средой, стратегический маркетинг, совершенствование организационно-технического уровня производства, анализ ресурсоемкости каждого товара по стадиям его жизненного цикла и последующее внедрение ресурсосберегающих технологий.

Чтобы создать конкурентоспособное промышленное предприятие, необходимо не только модернизировать производство и управление, но и четко знать для чего это делается, какая цель должна быть достигнута. Главным при этом должно быть умение определить, а затем быстро и эффективно использовать свои конкурентные преимущества. Все усилия необходимо направить на развитие тех сторон, которые выгодно отличают предприятие от потенциальных или реальных конкурентов.