

## **Управление конкурентоспособностью предприятия**

Рунков Ю. Ю.

Белорусский национальный технический университет

В настоящее время термин «конкурентоспособность» стал одним из наиболее употребляемых в научной литературе. Политики, экономисты, представители бизнеса, журналисты также широко его используют, когда речь идет о необходимости интеграции экономики страны в систему современного мирового хозяйства.

Объектом анализа конкурентоспособности чаще всего является товар, а не вся деятельность предприятия.

Цель каждого предприятия – максимизация прибыли, а, следовательно, и расширение масштабов хозяйственной деятельности. Это неизбежно приводит к взаимной борьбе предприятий за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров.

Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке.

Конкурентоспособность предприятия – это его преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны 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). Конкурентоспособность можно выявить только сравнением между собой этих фирм.

Конкурентное преимущество – положение фирмы на рынке, позволяющее ей преодолеть силы конкуренции и привлекать покупателей.

К ключевым факторам конкурентоспособности относятся: финансовое положение предприятия; развитость базы для собственных научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок предприятия и уровень расходов на них; наличие передовой технологии; обеспеченность высококвалифицированными кадрами; способность к продуктовому и ценовому маневрированию; наличие сбытовой сети; состояние технического обслуживания; возможность кредитования; действенность рекламы и средств стимулирования сбыта; платежеспособность основных покупателей.

Конкурентоспособность организации можно определять в статике и динамике.