

УДК 339 166:621

## **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Студент гр. 103221 Третьяк В.С.,

*Научный руководитель - ст.преп. Зеленковская Н.В.*  
Белорусский национальный технический университет  
Минск, Беларусь

В условиях рынка нереально добиться стабильного успеха в бизнесе, если не планировать его эффективное развитие, не аккумулировать постоянно информацию о собственных перспективах и возможностях, о состоянии целевых рынков, о положении на них конкурентов и своей конкурентоспособности.

Конкурентоспособность предприятия — это относительная характеристика, которая выражает степень отличия данного предприятия от конкурентов в сфере удовлетворения потребностей клиентов. Высокая конкурентоспособность предприятия обуславливается удовлетворенностью и готовностью потребителей повторно приобрести продукцию этой фирмы, отсутствием претензий к предприятию со стороны общества, акционеров, партнеров, престижностью работы на данном предприятии.

В сумме экономическая и социальная способность предприятия, при сравнении с аналогичной способностью других предприятий, отражает уровень его конкурентоспособности.

Факторы конкурентоспособности организации подразделяются на внешние, проявление которых в малой степени зависит от организации, и внутренние, почти целиком определяемые руководством организации.

Было выяснено что существует огромное количество расчетных и расчетно-графических методов оценки конкурентоспособности. Все многообразие подходов к количественной оценке конкурентоспособности предприятий предлагается классифицировать по определенным признакам. Проанализировав существующие методы оценивания уровня конкурентоспособности предприятия, был сделан вывод, что на сегодняшний день не существует идеальной методики комплексного оценивания конкурентоспособности предприятия. Отмеченные недостатки существующих подходов к оцениванию конкурентоспособности

предприятий обуславливают невысокие возможности практического применения большинства из них, так от метода оценивания конкурентоспособности предприятия непроизводственной сферы в значительной степени зависит достоверность результатов, прозрачность их идентификации и возможности использования.

В результате оценки конкурентоспособности продукции могут быть приняты следующие пути повышения конкурентоспособности такие как изменение состава, структуры применяемых материалов, изменение порядка проектирования продукции, изменение технологии изготовления продукции, изменение цен на продукцию, изменение структуры и размера инвестиции в разработку и изменение структуры импорта.