

УДК 620.9

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Быкович Е.А.

Научный руководитель – старший преподаватель Кравчук Е.А.

На современном этапе экономического развития конкурентоспособность является важным элементом в экономике многих стран мира. В настоящее время в условиях рынка невозможно добиться стабильного успеха в предпринимательстве, если не рассчитать эффективность его развития, не накапливать постоянно сведения о собственных перспективах и способностях, о состоянии рынков, не оценивать место конкурентов на них и не проводить анализ конкурентоспособности своей фирмы.

Конкурентоспособность предприятия представляет собой свойство, характеризующееся степенью реального и потенциального удовлетворения им определенной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Когда предприятие имеет высокую конкурентоспособность, это сопровождается удовлетворенностью и желанием потребителей повторно приобретать продукцию данной фирмы, отсутствием претензий к фирме как со стороны государства в лице налоговых органов, общества в целом, собственников и контрагентов.

На конкурентоспособность предприятия влияют не только качественные и ценовые параметры, но и уровень менеджмента, система управления денежными потоками, состояние рынка, степень внедрения инноваций, мотивация и квалификация рабочего персонала. Но, не смотря на все эти условия, важнейшую роль занимает маркетинг. Основные задачи маркетинга - выявить наиболее значимые потребности потребителей, учёт изменений их предпочтений, оценка перспективности подразделений рынка, разработка и осуществление эффективных стратегий по повышению конкурентоспособностей. Присутствие конкуренции является важным условием для формирования конкурентоспособности товаров и предприятия в целом. Конкурентоспособность товара – способность продукции быть привлекательной для потребителей, отвечать запросам конкурентного рынка по сравнению с другими аналогичными изделиями. Она определяется с одной стороны – ценами, устанавливаемыми продавцами товаров, с другой стороны качеством данного товара. Кроме этого, на конкурентоспособность оказывают свое влияние и другие факторы: популярность того или иного товара, реклама, имидж предприятия, место фирмы на рынке данного товара, колебания спроса.

Таким образом, повышение конкурентоспособности предприятия достигается путем ориентации предприятия на потребительскую сферу, повышение качества выпускаемой продукции, эффективную реализацию товаров и услуг. Благодаря этому увеличивается показатель конкурентоспособности предприятия, его умение максимально использовать свой трудовой, научно-технический, производственный и финансовый потенциал.

Литература

1. Ананян А.Э., Чумакова Н.А. Значение управленческого анализа в современных условиях развития экономики. В сборнике: Экономическая наука в XXI веке: проблемы, перспективы, информационное обеспечение Международная научно-практическая конференция студентов, аспирантов, магистрантов и преподавателей. Редакторы: Ю.И. Сигидов, М.А. Коровина, А.В. Чухнов. 2013. С. 280-285.