

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КОНКУРЕНТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Н. В. Куцаренко

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Беларусь*

Научный руководитель И. В. Рачкова

Конкурентоспособность предприятия – это его преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны и за ее пределами. Конкурентоспособность можно выявить только сравнением между собой этих предприятий, как в масштабе страны, так и в масштабе мирового рынка [2].

В течение многих лет в нашей стране, да и не только, двигателем производства продукции являлся не спрос, а производство, которое регулировало потребление, формировало потребности и выпуск показателей. И в то время проблема конкурентоспособности товара у производителей практически не возникала. С развитием рыночного механизма эта проблема в нашей стране резко возросла, и ее решение требовало активного поиска путей и методов повышения конкурентоспособности производимых и потребляемых товаров. В связи с этим в современной экономике главным направлением финансово-экономической и производственной деятельности каждого производителя становится повышение конкурентоспособности производимого им товара для закрепления его позиций на рынке в целях получения максимальной прибыли [3].

Известно, что конкурентоспособность определяется двумя основными факторами – ценой и качеством. В оценке конкурентоспособности товаров достаточно четко определен фактор цены. Качество состоит из двух составляющих: уровня потребительских свойств товара и технологического уровня его производства. На практике критерии, по которым потребитель оценивает и выбирает товар, включают в себя гораздо большее число показателей, чем цена и качество. Поэтому при оценке конкурентоспособности товара необходимо учитывать не только требования потребителя к его цене и качеству, но и требования, относящиеся в основном к сфере заключения сделки и эксплуатации товара, такие, как оперативность поставки, обеспеченность деталями, организация сервиса, репутация страны-изготовителя и конкретного поставщика и т. д. [2].

В современных условиях изменяется роль предприятий. Если раньше они конкурировали между собой, то теперь им приходится конкурировать с более успешными в этом деле иностранными предприятиями, что и подтверждает актуальность данной темы.

Таким образом, успех предприятия в конкурентной борьбе требует от предприятия развития его отличительных способностей и компетенций, позволяющих ему побеждать в конкурентной борьбе за потребительский спрос. Решение данной задачи обуславливается и тем, что когда-то достигнутые успехи на рынке при отсутствии постоянной и целенаправленной работы по их наращиванию будут через некоторое время аннулированы ответными действиями конкурентов, поэтому стратегическое планирование должно заключаться в создании комплексной системы управления конкурентными преимуществами фирмы, а эффективная стратегия должна основываться на их удержании и развитии.

Другой отличительной характеристикой конкурентного преимущества является жизненный цикл предприятия, жизнеспособность и способность к развитию. Конку-

рентные преимущества не являются «вечными» из-за двух причин: постоянной попытки отдельных конкурентов их имитировать и в связи с изменением внешней среды. Если компания знает, каковы ее отличительные способности, она может сфокусироваться на их использовании и развитии, не расходуя усилий в менее выгодных направлениях [3].

В рыночной экономике решающим фактором коммерческого успеха является эффективность хозяйственной деятельности предприятия. Это многоаспектное понятие, означающее соответствие производимых предприятием товаров и услуг условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям их реализации, включающим такие понятия, как цена, сроки поставки, каналы сбыта, сервис, реклама и т. д.

Актуальность исследования экономической эффективности деятельности предприятия определяется необходимостью обеспечить его устойчивое поступательное развитие для достижения поставленной задачи ускоренного развития нашей страны. Преодолеть сложившуюся зависимость экономического положения страны от экспорта сырьевых ресурсов и импорта готовых высокотехнологичных изделий промышленного назначения и потребительских товаров можно, только научившись выпускать отечественную высококачественную конкурентоспособную продукцию при неуклонном снижении затрат на ее изготовление, т. е. постоянно повышая эффективность хозяйственной деятельности.

Достичь необходимого уровня конкурентоспособности, реализуемой на соответствующих рынках товаров, можно разными способами, скоординированными во времени и пространстве. По содержанию и направлению их можно объединить в четыре взаимосвязанные группы: технические, организационные, экономические и социальные [1].

Среди технических способов повышения конкурентоспособности продукции определяющее место принадлежит постоянному усовершенствованию проектирования, технико-технологической базы предприятия.

Насущной потребностью является разработка и использование разнообразных форм и методов действующего социально-экономического влияния на всю цепочку процессов формирования и обеспечения производства высококачественной и конкурентоспособной продукцией.

Формами и методами экономического влияния на эти процессы является, прежде всего, согласованная система прогнозирования и планирования качества продукции.

Формами влияния социального являются всесторонняя активизация человеческого показателя, проведение эффективной кадровой политики, создание необходимых условий труда и жизнедеятельности [2].

В настоящее время большинство вопросов эффективности производства продолжают оставаться дискуссионными. Такое положение объясняется, в частности, и тем, что многие авторы пытаются одновременно исследовать широкий круг вопросов эффективности, вследствие чего ни один из них не получает надлежащего освещения [1].

Л и т е р а т у р а

1. Калинина, А. П. Комплексный экономический анализ предприятия / А. П. Калинина. – СПб. : Питер, 2009. – 576 с.
2. Клейнер, Г. Б. Микроэкономика знаний и конкурентоспособность предприятий / Г. Б. Клейнер // Современная конкуренция. – 2007. – № 3.
3. Харитонов, В. К. Государство и проблемы конкуренции в современной экономике / В. К. Харитонов // Вопросы экономики. – 2002. – № 2.