

УДК 33

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Халик Т.А., магистрант гр. УУмоз-181, II курс
Научный руководитель – Дымова И.А., к.э.н., доцент
Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева
г. Кемерово

В современных условиях развития экономики Российской Федерации особое внимание следует уделять факторам, влияющим на уровень конкурентоспособности экономических субъектов, что является ключевым аспектом успешного функционирования бизнеса.

В связи с динамичностью внешней среды, администрация и собственники экономического субъекта заинтересованы в быстром и успешном продвижении своей продукции, товаров и услуг на соответствующих рынках, следовательно, необходимо постоянно повышать уровень конкурентоспособности и экономической безопасности бизнеса.

Актуальность научного исследования заключается в увеличении уровня рыночной конкуренции в национальной экономической системе России, вследствие чего возникает необходимость предприятий в повышении уровня своей конкурентоспособности для избегания дальнейших негативных последствий на устойчивость развития бизнеса.

Целью научной статьи выступает исследования необходимости оценки конкурентоспособности предприятия и разработка методов ее повышения.

Научная новизна исследования заключается в разработке методов повышения уровня конкурентоспособности предприятий экономики России.

Конкурентоспособность предприятия – это способность использовать свои сильные и слабые стороны и концентрировать необходимые ресурсы в том сегменте внутреннего и внешнего рынков, где имеется возможность занять лидирующие позиции на [3].

Управление конкурентоспособностью экономического субъекта является ключевым фактором в обеспечении экономической безопасности бизнеса, формированию конкурентных преимуществ и развитию конкурентного потенциала предприятия [1].

Оценка конкурентоспособности предприятия возможно при помощи различных методов, задачей которых выступает анализ финансовой устойчивости организации, ее платежеспособности, эффективности использования активов, основных средств, при помощи оценки конкурентоспособности продукции и всего продуктового портфеля.

Использование достоинств SWOT-анализ позволяет экономическому субъекту объективно оценить имеющиеся у него конкурентные преимущества, выявить как недостатки, так и перспективы развития, а также определить уровень внешних и внутренних угроз.

При этом, следует провести анализ финансово – хозяйственной деятельности экономического субъекта по следующим направлениям [3]:

- инновационная и финансовая деятельность;
- производственная и сбытовая деятельность;
- управленческая и маркетинговая деятельность.

Другим эффективным методом анализа конкурентоспособности экономического субъекта является модель «4Р», которая основана на сравнительном анализе организаций - конкурентов по четырем ключевым факторам:

- продукт;
- цена;
- продвижение на рынке;
- канал сбыта.

При помощи оценки конкурентоспособности, администрация и собственники экономического субъекта обретают инструменты, позволяющие определить свои слабые стороны, устранение которых, способно повысить уровень конкурентоспособности бизнеса.

Рассмотрим примеры наиболее популярных методов, которые используются отечественными компаниями с целью повышения уровня своей конкурентоспособности.

Первый метод – оптимизация структуры капитала, реструктуризация активов и пассивов. В частности, важным вопросом является управления в рамках данного направления – управления дебиторской и кредиторской задолженности, при помощи чего, финансовая устойчивость организации повышается, снижается риск не ликвидности активов и способствует приток денежных средств в операционный цикл компании.

Второй метод – повышение уровня качества сервиса клиентского обслуживания. Необходимо внедрение информационных технологий, которые позволят автоматизировать работу с клиентами и ускорить процесс их обслуживания, что напрямую влияет на уровень потребительской лояльности, выступающего ключевым, и главное бесплатным способом маркетингового продвижения.

Третий метод – внедрение принципов бережливого производства. Современные условия отечественного бизнеса таковы, что компании, которые не устраняют свои излишние издержки и затраты на различные категории ресурсов, одни из главных претендентов на список предприятий, которые могут со временем быть ликвидированы.

Четвертый метод – расширение рынков и выход на новые зарубежные площадки. Увеличение представительства и расширения своего рынка сбыта – верное решение для предприятий, целью которых выступает стратегия роста и масштабирования бизнеса. Однако, данный метод может привести к

негативным последствиям в виде роста кредиторской задолженности и снижения уровня рентабельности производства и бизнеса в целом.

Таким образом, подводя итоги научного исследования статьи, важно отметить следующее: что оценка конкурентоспособности компании – важный инструмент стратегического управления, без должного внимания к которому практически невозможно оптимизировать свою деятельность и повысить степень конкурентоспособности для дальнейшего продвижения на другие рынки.

Благодаря оценке уровня конкурентоспособности, руководство предприятия способно оценить свои сильные и слабые стороны, что позволит сформировать новую стратегию развития своего бизнеса. С учетом современных условий экономики России, необходимо заметить, что разработка и практическое применение механизмов повышения уровня конкурентных преимуществ компании – стратегически важная задача, ведь в связи с развитием интеграции отечественных рынков с зарубежными, российским предприятиям теперь необходимо вести конкурентную борьбу не только с локальными производителями, но и с иностранными игроками.

Список литературы

1. Дымова И.А. Особенности аудиторского задания по оценке уровня экономической безопасности бизнеса // Аудитор. 2019. Т. 5. № 12. С. 16-21.
2. Дымова И.А. Использование работы внутренних аудиторов в соответствии с требованиями МСА // Аудитор. 2019. Т. 5. № 1. С. 20-24.
3. Оценка конкурентоспособности предприятия. URL: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/ocenka-konkurentosposobnosti-predpriyatiya.html> (дата обращения: 21.02.2020).