

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ, ПАРАМЕТРЫ, НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Турусбеков Асхат Урматович

Магистрант МУИТ

Аннотация. В статье рассматриваются предпосылки к повышению конкурентоспособности предприятия. Дается характеристика уровней управления предприятием и краткий обзор нескольких методик оценки конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, малый бизнес, продукция, товар, доходность, бизнес, сбыт, финансы, маркетинг, рынок, экспорт.

ИШКАНАНЫН КОНКУРАНДЫГЫ: МАҢЫЗЫ, ПАРАМЕТРЛЕРИ, ИЗИЛДӨӨНҮН БАГЫТТАРЫ

Турусбеков Асхат Урматович

ЭИТУ Магистранты

Аннотация. Макалада ишкананын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн жогорулатуунун өбөлгөлөрү каралат. Ишканаларды башкаруунун деңгээлдеринин мүнөздөмөлөрү жана атаандаштыкка баа берүүнүн бир нече методдору жөнүндө кыскача баяндама келтирилген.

Негизги сөздөр: атаандаштыкка жөндөмдүүлүк, чакан бизнес, өнүмдөр, товарлар, кирешелүүлүк, бизнес, сатуу, каржы, маркетинг, базар, экспорт.

COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE: ESSENCE, PARAMETERS, DIRECTIONS OF RESEARCH

Turusbekov Askhat Urmatovich

Master student IntUIT

Summary. The article considers the prerequisites for increasing the competitiveness of the enterprise. A description of the enterprise management levels and a brief overview of several methods for assessing competitiveness are given.

Keywords: competitiveness, small business, products, goods, profitability, business, sale, finance, marketing, market, export.

В условиях конкуренции важнейшим свойством фирм является конкурентоспособность и именно на ее обеспечение направлены усилия маркетинга.

Конкурентоспособность – это способность конкурировать за определенный объект, ограниченный ресурс и добиваться успеха в конкуренции с другими фирмами. Она означает способность прибыльно производить и реализовывать товарную продукцию по цене не выше и по качеству не хуже, чем у любых других фирм – участников конкуренции на соответствующей рыночной нише.



Рисунок 1. Основные признаки конкурентоспособности

Можно так же определить конкурентоспособность как способность фирмы приобретать или удерживать определенную долю рынка как состояние и набор свойств фирмы, позволяющих ей эффективно вести конкурентную борьбу.

Конкурентоспособность фирмы зависит от совокупности конкурентных сил рынка и от наличия конкурентных преимуществ.

Главное значение конкурентоспособности – обеспечить достижение целей фирмы путем противодействия конкурентной борьбе.

Таблица 1 - Виды форм конкуренции между предприятиями

Виды	
Видимые формы	Неосязаемые формы
снижение цен, предоставление разного вида скидок с цены	борьба за контроль над рынками сбыта продукции (оказания услуг)
предложение товара более высокого качества по прежней цене	соперничество за владение необходимыми ресурсами (людскими, материальными, техническими, научными, информационными)
расширение сроков и условий гарантийного обслуживания	борьба за получение выгодных в экономическом отношении государственных заказов

предложение новых форм реализации товара (продажа в кредит, лизинг)	борьба за обеспечение лучшего уровня организации и управления предприятием
сбыт через посредников	борьба за более высокий имидж (доброе имя) предприятия

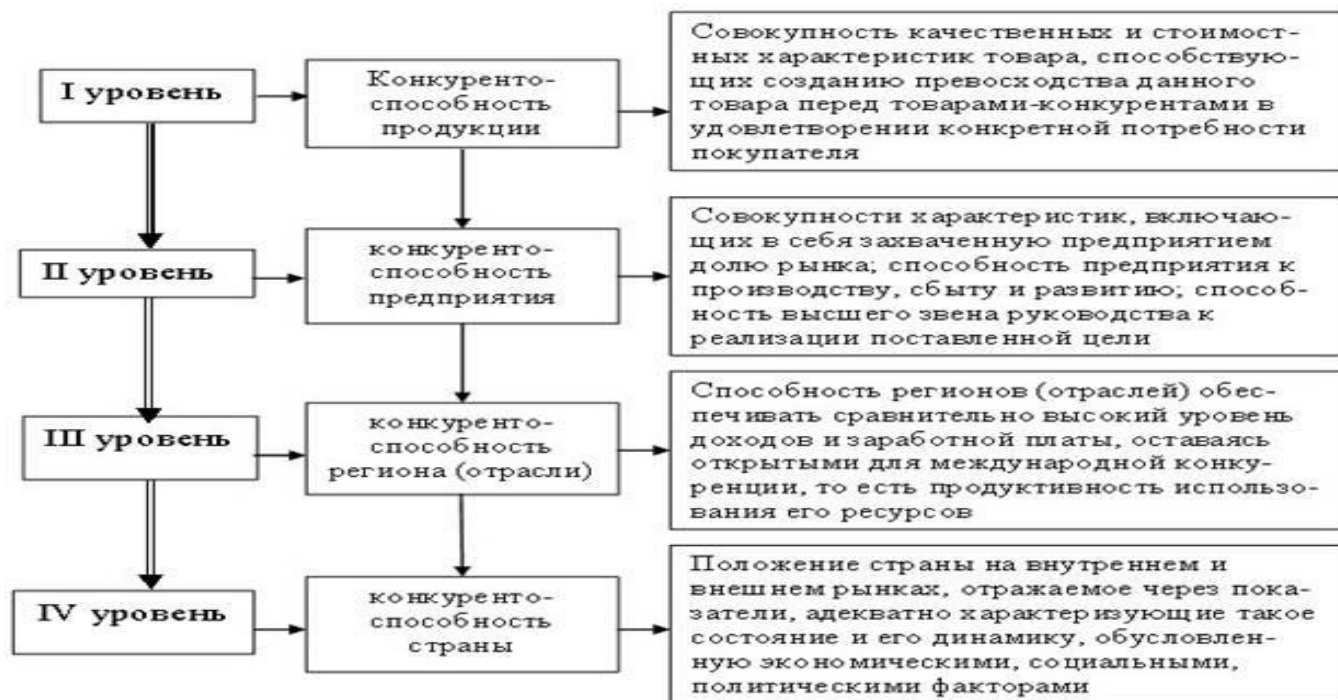


Рисунок 2. Изменение конкурентоспособности предприятия

Внешним выражением конкурентоспособности являются эффективные методы конкуренции, применяемые фирмой.

Значение основных особенностей различных типов рынков и конкуренции важно для методически осознанного и обоснованного создания конкурентной среды предприятия, структура которой представлена на рисунке 3. Конкурентная среда, т. е. изучение и вариативный анализ по предприятиям-конкурентам, конкурирующим товарам и услугам, необходимы для целенаправленного создания конкурентных преимуществ предприятия, включают значительное количество факторов и показателей.



Рисунок 3. Структура конкурентной среды предприятия

С точки зрения результативности деятельности фирм-конкурентов на рынке и завоевания ими там сильных позиций можно выделить следующие основные факторы, определяющие конкурентоспособность организации:

- Имидж фирмы;
- Концепция продукта, на которой базируется деятельность фирмы;
- Качество продуктов, уровень их соответствия мировому уровню (обычно определяется путем опросов или сравнительных тестов);
- Уровень диверсификации производственно – хозяйственной деятельности (видов бизнеса), разнообразие номенклатуры продуктов;
- Суммарная рыночная доля главных видов бизнеса;
- Мощность научно – исследовательской и конструкторской базы, характеризующей возможности по разработке новых продуктов (размер бюджета НИОКР, число сотрудников, оснащенность предметами и средствами труда, эффективность НИОКР);
- Мощность производственной базы, характеризующей возможности перестраиваться на выпуск новых продуктов и наращивать объемы выпуска освоенных продуктов (число занятых, оснащенность основными фондами, их уровень и эффективность использования, структура издержек, в том числе использование фактора экономии в зависимости от объема и особенностей выпуска);
- Финансы, как собственные, так и привлекаемые со стороны;
- Рыночная цена с учетом возможных скидок или наценок;
- Частота и глубина проводимых маркетинговых исследований, их бюджет;

- Предпродажная подготовка, которая свидетельствует о способности фирмы привлекать и удерживать потребителей за счет более глубокого удовлетворения их потребностей;
- Эффективность сбыта с точки зрения используемых каналов товародвижения;
- Уровень стимулирования сбыта (работников сбытовых служб предприятия, торговых организаций и потребителей);
- Уровень рекламной деятельности;
- Уровень послепродажного обслуживания;
- Политика фирмы во внешней предпринимательской среде, характеризующая способность фирмы управлять в позитивном плане своими отношениями с государственными и местными властями, общественными организациями, прессой, населением и т.д.

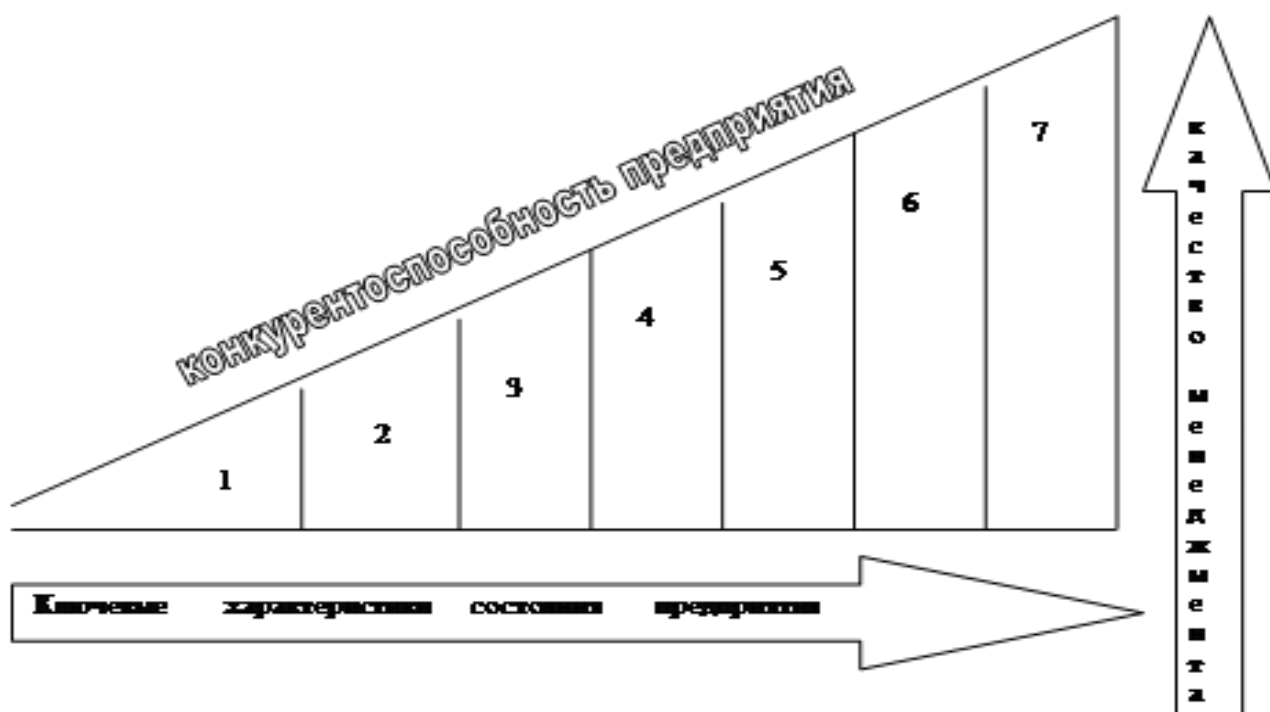


Рисунок 4. Сущность конкурентоспособности предприятия

Высокий уровень конкурентоспособности рынка позволяет покупателю получить полное удовлетворение своих потребностей. Конкуренция заставляет продавцов постоянно корректировать комплекс маркетинга, активно осуществлять инновационную политику, благотворно действует на цены и дополнительные услуги, оживляет рынок.

Заключение

Рыночная экономика характеризуется всё более ожесточенной конкуренцией. В настоящее время практически нет предприятий, у которых не было бы конкурентов.

В условиях рыночной экономики конкурентоспособность предприятия — это главный фактор успеха. Конкурентоспособность предприятия предполагает оптимальное

сочетание финансовых, маркетинговых, управленческих решений, а также конкурентоспособность товара. В связи с чем, одним из важнейших показателей конкурентоспособности предприятия, особенно для производителя, является конкурентоспособность его продукции.

Конкурентоспособность и конкуренция являются сложными, многогранными экономическими понятиями.

Термин «конкуренция» в экономической литературе имеет различные трактовки. В общем понимании - это тип поведения фирм - соперников на определенном рынке.

Конкурентоспособность предприятия - его способность противостоять на рынке другим изготовителям и поставщикам аналогичной продукции (конкурентам) как по степени удовлетворения своими товарами или услугами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности.

Конкурентоспособность предприятия - это его преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны и за ее пределами. Конкурентоспособность может быть оценена только в сравнении конкурентов.

При исследовании конкурентоспособности необходимо:

- выбрать базовые предприятия сравнения;
- выбрать критерии сравнения (показатели).

Обоснованно сравнивать предприятия с идентичными товарами, то есть те, которые удовлетворяют одну и ту же потребность, распространяются по аналогичным каналам, ориентированы на одну и ту же целевую группу.

Список использованной литературы

1. **Абрамов, В.Л.** *Маркетинговое управление конкурентоспособностью экономических систем /В.Л. Абрамов// Маркетинг в России и за рубежом. – 2015. – 2015. - №5.*
2. **Ансофф, И.** *Стратегическое управление/ И. Ансофф. – Москва: Экономика, 2014. – 520с.*
3. **Армстронг, М.** *Практика управления человеческими ресурсами / М. Армстронг. – Санкт – Петербург: Питер, 2017. – 204с.*
4. **Воронов, А.А.** *Моделирование конкурентоспособности предприятия /А.А. Воронов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. - №4.*
5. **Воронов, А.А.** *Оценка и менеджмент конкурентоспособности продукции / А.А. Воронов. – Краснодар, 2013. – 188с.*
6. **Гельвановский, М.** *Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях / М. Гельвановский, В. Жуковская, И. Трофимова // Российский экономический журнал. – 2015. №3. - №3. – С. 67-77.*
7. **Биримкулова К.Д., Дооронбекова Н.М., Алиева А.** *Перспективы внешнеэкономического развития в рамках ЕАЭС. Научный и информационный журнал “Наука и инновационные технологии”. 2020. № 4 (17). С. 34-41.*

