

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Мовсаров Р.Д.¹, Джабраилов Х.В.²

¹Мовсаров Рамзан Дунакович – кандидат сельскохозяйственных наук, доцент;

²Джабраилов Халид Вахидович – магистрант,
кафедра экономики предприятий, факультет экономики и финансов,
Чеченский государственный университет,
г. Грозный

Аннотация: в современных экономических условиях, где хозяйствующие субъекты постоянно находятся в условиях жесткой конкуренции, конкурентоспособность приобретает для них крайне важное, а то и ключевое значение для успешного функционирования на рынке аналогичной продукции и услуг. Поэтому начиная с составления бизнес-плана на начальном этапе предпринимательской деятельности крайне важно уделить пристальное внимание вопросу конкурентоспособности намеченного дела.

Ключевые слова: конкурентоспособность, хозяйствующие субъекты, предприниматели, цена, качество продукции.

В современных экономических условиях, где хозяйствующие субъекты постоянно находятся в условиях жесткой конкуренции, конкурентоспособность приобретает для них крайне важное, а то и ключевое значение для успешного функционирования на рынке аналогичной продукции и услуг. Поэтому начиная с составления бизнес-плана на начальном этапе предпринимательской деятельности крайне важно уделить пристальное внимание вопросу конкурентоспособности намеченного дела.

Как показывает мировая практика, предприниматели, вложившиеся в серьезное дело, были обречены на провал в связи с тем, что ими были плохо рассмотрены вопросы конкурентоспособности предприятия.

Говоря о конкурентоспособности необходимо раскрыть ее сущность. Конкурентоспособность предприятия представляет собой способность хозяйствующего субъекта выдерживать конкуренцию в сравнении с другими предприятиями на каком-либо рынке, а также удовлетворять спрос потребителей на товары и услуги [1, с. 4].

Главным образом повышению конкуренции выпускаемой продукции и оказываемых услуг способствуют факторы конкурентоспособности. К ним относятся:

- качество продукции и услуг;
- цена;
- маркетинговая стратегия;
- исследование рынка;
- обслуживание.

Дадим краткую характеристику приведенных факторов:

- Качество – это совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности в соответствии с ее назначением. Повышая качество выпускаемой продукции и оказываемых услуг, предприниматели стимулируют дополнительный спрос на свою продукцию и услуги, тем самым повышается и конкурентоспособность предприятий.

- Что касается цены, то под нею понимается денежное выражение стоимости на товары и услуги. Цена также является не менее важным фактором повышения конкурентоспособности за счет дифференциации и умеренного снижения цен.

- Маркетинговая стратегия представляет собой элемент общей стратегии предприятия, который описывает, как предприятие должно использовать свои ограниченные ресурсы для достижения максимального результата в увеличении продаж и доходности от своей деятельности в долгосрочной перспективе.

- Исследование рынка подразумевает работу по анализу состояния рынка и его участников с целью повышения конкурентоспособности предприятия.

- Обслуживание – это обеспечение обслуживания клиентов до, во время и после покупки товара или услуги. Повышая качество обслуживания клиентов, предприниматели формируют доверие у потребителей, и соответственно повышая свою конкурентоспособность [2].

В заключение своей работы хотелось бы сказать, что проблема повышения конкурентоспособности предприятия является актуальной для любого предприятия, особенно на современном этапе. Конкуренция является очень тонким и гибким механизмом. В современной экономике, для создания конкурентоспособного предприятия, важно не только модернизировать производство и управление, но и четко знать, для чего это делается, какая цель должна быть достигнута. Главным при этом должно быть одно: умение определить, быстро и эффективно использовать в конкурентной борьбе свои

сравнительные преимущества. В условиях усиления конкуренции особое значение приобретает, как уже говорилось ранее анализ конкурентоспособности предприятия, ее факторы.

Обобщая вышесказанное, можно сделать следующие заключительные выводы:

1. Конкурентоспособность предприятия зависит от таких факторов, как: конкурентоспособность товаров на внешнем и внутреннем рынках; вид производимого товара; ёмкость рынка; лёгкость доступа на рынок; однородность рынка; конкурентные позиции конкурентов; конкурентоспособность отрасли; возможность технических новшеств в отрасли; конкурентоспособность региона и страны.

2. Особенностью современных условий планирования для предприятия является поиск путей, направленных на создание конкурентного преимущества с целью выживания в неблагоприятных внешних условиях. При подготовке плана необходимо предусмотреть те события, которые могут произойти не так, как предполагалось, и затормозить движение к цели.

Разработав и внедрив данные факторы, хозяйствующие субъекты могут рассчитывать на успешность и конкурентоспособность начатого дела.

Список литературы

1. *Чалдаева Л.А.* Экономика предприятия: Учебник / Л.А. Чалдаева. М.: Юрайт, 2011. 348 с.
2. *Савчук Г.А.* Управление маркетингом на предприятии. [Электронный ресурс], 2014. № 9. Режим доступа: <http://center-yf.ru/data/Marketologu/Konkurentosposobnost.php/> (дата обращения: 29.11.2017).