

УДК 330

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

БАХТИЕВА Л.И.

студент

Казанский (Приволжский) Федеральный Университет

ХАФИЗОВ ИЛЬДАР ИЛЬСУРОВИЧ

к.т.н., доцент

Казанский (Приволжский) Федеральный Университет

Аннотация. Важнейшим фактором в рыночной экономике является дух соперничества, который в значительной степени определяет формы хозяйственной деятельности людей и наиболее ярко проявляется в такой экономической категории, как конкуренция. В данной статье раскрыты основные проблемы конкурентоспособности организации и предложения по ее повышению.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность.

COMPETITIVENESS OF THE ORGANIZATION AND WAYS OF ITS IMPROVEMENT

**Bakhtieva LI.,
Khafizov Ildar Ilsurovich**

Annotation:The most important factor in a market economy is the spirit of competition, which largely determines the forms of economic activity of people and is most clearly manifested in an economic category such as competition. This article reveals the main problems of the organization's competitiveness and offers to increase it.

Keywords: competition, competitiveness.

Введение

Актуальность исследуемой проблемы обусловлена тем, что в настоящее время все большее число предприятий осознает, что повышение конкурентоспособности является одним из немаловажных факторов успешного функционирования. При интенсификации конкуренции на зарубежных и отечественных рынках только снижение цены и улучшение качественных характеристик более не могут являться гарантией успеха предприятия в долгосрочной перспективе.

Конкурентоспособность – один из основных элементов успеха любой компании. Конкурентоспособность организации – условная оценка, выражающая различия формирования компании от формирования конкурентных компаний по степени удовлетворенности потребителей и согласно эффективности производственной работы. Конкуренция - состязательная деятельность среди товаропроизводителей за более выгодные рынки сбыта и выступает равно как высочайшая побудительная мощь, что вынуждает производителей продукции увеличивать ее качество, понижать расходы на производство, увеличивать производительность труда.

Конкурентоспособность компании обуславливается следующими условиями: качество продукции и услуг; присутствие эффективной стратегии менеджмента и сбыта; степень квалификации персонала

и маркетинга; научно-технический уровень производства; налоговая обстановка, в коей функционирует организация; общедоступность источников финансирования.

Актуальность, теоретическая и практическая значимость изучаемой проблемы обусловили выбор темы исследования.

Цель работы - на основе теоретического анализа и существующей практики выработать предложения по повышению конкурентоспособности.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

1) рассмотреть теоретические аспекты и понятие конкурентоспособности;
2) разработать ряд мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности организации.

1 Конкуренция и конкурентоспособность как движущие силы развития общества

На нынешнем этапе мирового формирования конкуренция, как движущая сила заставляет изготовителей всегда отыскивать новые пути увеличения их качества, сокращения стоимости, увеличения качества обслуживания.

Главным фактором в рыночной экономике является дух соперничества, что в существенной степени устанавливает формы хозяйственной деятельности людей и более наглядно выражается в такой экономической категории, как конкуренция. [1, с.17]

Конкуренция появляется в том случае, если на одном и том же рынке продается более чем достаточно близких по своим потребительским свойствам продуктов. Сущность конкурентной борьбы заключается в усовершенствовании либо сохранении позиции компании на рынке, что достигается благодаря отличию поставляемых предприятием продуктов от продуктов-конкурентов равно как по степени соответствия определенной потребности покупателей, так и по расходам на ее удовлетворение. [2, с.38]

В разных источниках по-разному трактуется понятие конкуренции.

К примеру, английский экономист Адам Смит предлагал видеть под конкуренцией поведенческую группу, когда отдельные продавцы и потребители конкурируют на рынке за наиболее выгодные продажи и приобретения соответственно. Так же А. Смит полагал, что конкуренция - это та самая «невидимая рука» рынка, что координирует деятельность участников рынка и основной ее целью является соревнование за приобретение возможно большей доходности. [3, с.100]

Современный американский экономист П. Хайгне полагает: «Конкуренция есть желание как можно лучше удовлетворить критерием доступа к исключительным благам».

Австрийский экономист Й. Шумперет обозначил конкуренцию как соперничество старого с новым, с инновациями. [4, с.3]

Австрийский профессор экономист и социолог, видный представитель неоллиберализма Ф.А. Хайек подмечал, что конкуренция - процесс, с помощью которого люди приобретают и передают знания. Согласно его суждению, на рынке только вследствие конкуренции, скрытое становится очевидным. Конкуренция ведет к лучшему применению способностей и знаний. Большая часть достигнутых человеческих благ получена как раз посредством состязания, конкуренции. [5, с.25]

С учетом разбора литературы по конкуренции мною предлагается вытекающее объяснение: конкуренция — процесс соперничества субъектов по поводу осуществления ими собственных конкурентных преимуществ на определенном рынке в определенный период с целью одержания победы либо достижения прочих целей в рамках законодательства или в естественных условиях. [10, с.4]

Далее следует рассмотреть понятие конкурентоспособности организации.

Конкурентоспособность - это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Конкурентоспособность определяет способность выдерживать конкуренцию по сравнению с аналогичными объектами на данном рынке. [6, с.10]

Таким образом, можно сделать вывод:

1. Важнейшим фактором в рыночной экономике является дух соперничества, который в значительной степени определяет формы хозяйственной деятельности людей и наиболее ярко проявляется в такой экономической категории, как конкуренция.

2. Конечная цель любого предприятия - достижение определенных результатов в конкурентной борьбе, базирующихся на закономерном итоге систематических и комплексных усилий, зависящих от конкурентоспособности товаров и услуг предприятия, т. е. от того, насколько они лучше по сравнению с аналогами - продукцией и услугами других предприятий. [7, с.11]

3. Анализ и формирование конкурентных преимуществ предприятия является очень важным этапом в формировании, как маркетинговой, так и в общем стратегической политики предприятия. Эта тема актуальна в условиях современной рыночной экономики России в условиях кризиса, так как четко проведенный анализ, позволяет выявить основные преимущества предприятия, опираясь на которые предприятия могут эффективно реализовать свой потенциал. [8, с.49]

2 Способы повышения конкурентоспособности

На первый план для успешного развития предприятий выходят внутренние факторы, управляемые со стороны менеджмента. Традиционно в теории бизнеса к таким факторам относят политику подбора и мотивации персонала, создание и обучение команды, наличие стратегии и т.д. Эти факторы, при правильном их использовании, создают значительные выгоды для предприятия.

Проблема повышения конкурентоспособности предприятия является актуальной для любого предприятия, особенно на современном этапе.

Согласно изучению было определено, что основу рыночной экономики составляет понятие конкуренции, как основной движущей силы развития взаимоотношений субъектов, функционирующих в данной сфере. Конкуренция — процесс соперничества субъектов по поводу осуществления ими собственных конкурентных преимуществ на определенном рынке в определенный период с целью одержания победы либо достижения прочих целей в рамках законодательства или в естественных условиях.[9, с.11]

В современной экономике, для того, чтоб сформировать конкурентоспособную организацию, нужно не попросту модернизировать производство и управление, но и точно понимать, для чего это производится.

В нынешнем экономическом мире конкурентоспособность организации определяется: качеством продукции и услуг; наличием эффективной стратегии маркетинга и сбыта; уровнем квалификации персонала и менеджмента; технологическим уровнем производства; налоговой средой, в которой действует организация; доступностью источников финансирования.

Формирование конкурентных преимуществ предприятия является очень важным этапом в формировании, как маркетинговой, так и в общем стратегической политики предприятия.

Мною было определено, что для повышения конкурентоспособности организации необходимо подготовить ряд предложений, которые необходимо соблюсти, чтобы оставаться в лидерах среди фирм-конкурентов.

Изменения коснутся разработки ряда стратегий: стратегии подбора, мотивации и обучения персонала; стратегии защиты своей доли рынка, поддержании и сохранении устойчивого конкурентного преимущества; стратегии закрепления; стратегии инноваций.

На основе проведенного анализа, можно предположить, что осуществление вышеперечисленных стратегий позволит охватить большее количество потенциальных клиентов, что в совокупности приведет к увеличению сегмента рынка и повышению конкурентоспособности организации.

Список литературы

1 Баринов, В.А., Синельников, А.В. Развитие организации в конкурентной среде [Электронный ресурс]// Менеджмент в России и за рубежом. Режим доступа: <http://www.mevriz.ru/articles/2000/6/853.html>, свободный

2 Прахова, Т. С. Понятие и сущность конкурентоспособности [Текст]: учебник // Проблемы современной экономики. – 2011. – № 3-4. – 14-18 с.

3 Алещенко, В. В. Теоретико – методологические вопросы конкурентоспособности экономической системы [Текст]: учебник // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – №1. – 107-111 с.

4 Богомолова, И. П., Хохлов Е. В. Анализ формирования категории конкурентоспособности как фактор рыночного превосходства экономических субъектов [Текст]: учебное пособие // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – №1. – 119-124 с.

5 Бухалков, М.И. Внутрифирменное планирование [Текст]: учебник // Организация внутрифирменного планирования. - М.: ИНФРА-М, 2015. – 392 с.

6 Вайцеховская, И. А. Потенциал предприятия как основа его конкурентоспособности [Электронный ресурс] // Проблемы современной экономики. Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=953>, свободный

7 Георги, Д., Брун, М. Управление качеством: затраты и выгоды [Электронный ресурс]: // Энциклопедия Местного Самоуправления. Режим доступа: http://vasilievaa.narod.ru/19_1_00.htm, свободный (Дата обращения:...).

8 Прахова, Т. С. Понятие и сущность конкурентоспособности [Текст]: учебник // Проблемы современной экономики. – 2011. – № 3-4. – 14-18 с.

9 Прибылов, А. Н. Конкурентоспособность и внутрифирменное стратегическое планирование [Текст]: учебник // Проблемы современной экономики. – 2010. – №3-4. – 75 с.

10 Нуруллин, И. Г. Влияние внедрения и сертификации нововведений на деятельность и репутацию компании / И.Г. Нуруллин, И.И. Хафизов // Современные технологии: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей победителей IV междунар. науч.-практической конф. - Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2016. - С.44-46.