

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

А.А. Виноградова, Ю.С. Фурса, А.Р. Чижевская

Полесский государственный университет,

vinogradova.a@polessu.by, i5julia@icloud.com, arishache27@gmail.com

Аннотация. Данная научная статья посвящена анализу проблем конкурентоспособности предприятий и поиску путей их решения. Результаты исследования показывают необходимость комплексного подхода к управлению конкурентоспособностью предприятий. Предлагаются варианты практического его осуществления.

Ключевые слова: конкурентоспособность; предприятие; рыночная экономика; управление; конкуренция; инновации.

Актуальность данной темы заключается в том, что на современном этапе формирования белорусской экономики и рынка, предприятиям с целью выживания и удержания собственных позиций необходимо быть конкурентоспособными – это означает понимать свои сильные и слабые стороны, применять весь потенциал предприятия для занятия лидирующих позиций в отрасли. Основной целью хозяйствующих субъектов в рыночной экономике считается обеспечение конкурентоспособности товаров или оказываемых услуг, так как от этого непосредственно зависит финансовый успех предприятия.

Под конкурентоспособным потенциалом предприятия подразумевается как реальная, так и потенциальная способность предприятия разрабатывать, производить, реализовывать и обслуживать в определенных секторах рынка конкурентоспособные товары [3, с. 401].

Существует большое количество точек зрения авторов в представлении конкурентоспособности. Одно из них представлено ниже:

Конкурентоспособность – это свойство объекта, которое характеризуется степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Конкурентоспособность сформировывает способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке [2, с. 246].

Конкуренция играет значимую роль в рыночном механизме. Именно она стимулирует деятельность производителей. Конкурентная борьба приводит к уменьшению стоимости, сокращению издержек производства, улучшению качества продукции, усилению научно - технического прогресса. Однако необходимо принимать во внимание, что конкуренция обостряет противоречия экономических интересов производителей, обуславливает увеличение непроизводительных из-

держек, стимулирует создание монополий. Из-за отсутствия вмешательства государства, неконтролируемая конкуренция губительно влияет на экономику.

Сущность рыночной конкуренции заключается в борьбе за извлечение максимальной прибыли путем максимально эффективного применения экономических ресурсов.

В вопросе изучения самой сути конкурентоспособности, следует обратиться к такому теоретическому аспекту, как ее разновидности. Их можно разделить по степени реализации на следующие виды: потенциальную конкурентоспособность; реальную конкурентоспособность; внутреннюю конкурентоспособность; внешнюю конкурентоспособность [1].

Многие предприятия сталкиваются с рядом проблем, которые могут угрожать их позициям на рынке. Проблемы конкурентоспособности зависят от отрасли, региона и других факторов. Понимание основных проблем позволяет учитывать их особенности в процессе выбора подходов для их решения.

Недостаточное качество продукции или услуг, не отвечающих ожиданиям покупателей может отрицательно сказаться на их конкурентоспособности.

Высокие издержки производства делают продукцию предприятия менее конкурентоспособной на рынке, в особенности, если конкуренты предлагают схожие товары или услуги по более низким ценам.

Дефицит инноваций является значимой проблемой в настоящее время. Моментально меняющиеся технологические процессы, а также условия рынка требуют непрерывного развития и инноваций. Предприятия, которые не инвестируют в инновации, имеют все шансы стать менее конкурентоспособными.

Слабое управление ресурсами (финансовыми потоками, персоналом, а также другими ресурсами) может отрицательно отразиться на конкурентоспособности предприятия.

Ограниченный доступ к рынкам: торговые барьеры, государственное регулирование или другие ограничения препятствуют доступу компании к новым рынкам и клиентам.

Недостаточное внимание к клиентам, отсутствие необходимого внимания к потребностям и предпочтениям клиентов, служит причиной потери лояльности и уходу клиентов к конкурентам.

Недостаточное развитие человеческого ресурсов: отсутствие квалифицированных сотрудников, недостаточная подготовка и обучение персонала могут снижать эффективность работы предприятия.

Непродуманная маркетинговая стратегия: недостаточное понимание целевой аудитории, неверный выбор каналов продвижения или недостаточное финансирование маркетинговых мероприятий могут привести к низкой конкурентоспособности компании.

Негативная репутация: скандалы, недобросовестная практика или другие проблемы, связанные с репутацией компании, могут оказать негативное влияние на ее конкурентоспособность.

Опираясь на особенности вышеперечисленных проблем, можно предложить конкретные рекомендации по решению проблем конкурентоспособности предприятий.

Одним из важнейших подходов к повышению конкурентоспособности является анализ конкурентной среды. Он включает изучение рынка, конкурентов и их стратегий, что позволяет определить слабые места и преимущества компании и разрабатывать собственные эффективные стратегии.

Среди возможных путей повышения конкурентоспособности важно отметить усовершенствование качества товаров или услуг, посредством анализа ожиданий и потребностей потребителей, внедрения системы контроля качества и улучшения процессов производства.

Поиск эффективных способов производства, автоматизация процессов, снижение издержек на материалы и научно-технические инновации приводят к сокращению издержек производства.

Инвестирование в инновации является основным трендом современного мира. Предприятия способны создавать отдельные подразделения для исследований и разработок новых продуктов, усовершенствования существующих, автоматизации процессов или внедрения новых методов управления, с целью установления партнерства с инновационными компаниями или приобретения новых технологий. Постоянное внедрение новых технологий, процессов и продуктов может улучшить конкурентоспособность предприятия.

Создание эффективных маркетинговых стратегий включает в себя исследование потребностей целевой аудитории, формирование оригинального бренда, применение целевого маркетинга и ус-

вершенствование навыков продаж. Разработка эффективных маркетинговых стратегий и продвижение продуктов или услуг поможет привлечь новых клиентов и удержать существующих.

Усовершенствование управления ресурсами посредством разработки системы управления ресурсами, обучения персонала навыкам управления, а также использования современных технологических процессов для улучшения управленческих процессов серьезным образом может влиять на конкурентоспособность.

Обучение и развитие персонала – одно из ключевых направлений современных инвестиций. Инвестирование в обучение и развитие сотрудников поможет повысить их квалификацию и компетентность, которые приведут к повышению конкурентоспособности предприятия.

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно сделать вывод о том, что конкурентоспособность предприятий зависит от их способности адаптироваться к изменениям и требованиям рынка, развиваться, обеспечивать высокое качество продукции или услуг, устанавливать партнерские отношения и эффективно управлять своей деятельностью.

Список использованных источников

1. Воронов Д. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий: ВШЭМ УрФУ, г. Екатеринбург исследовательская группа Воронов и Партнеры. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cfin.ru/management/strategy/competit/analysis4.shtml>. – Дата доступа 01.12.2023.
2. Гапоненко, А.Л. Стратегическое управление / А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухин. – М.: ОМЕГАЛ, 2014. – 34 с.
3. Жиделева, В.В. Экономика предприятия. 2-е изд., перераб. и доп. / В.В. Жиделева, Ю.Н. Каптейн. – Москва: Огни, 2017. – 401 с.