

О.В. Бойко, 2 курсНаучный руководитель – **О.В. Володько**, к.э.н., доцент**Полесский государственный университет**

На сегодняшний день рост конкуренции требует от организаций постоянного развития, адаптации к изменяющимся условиям рынка и поиска новых конкурентных преимуществ. В связи с этим возрастает важность управления конкурентоспособностью организаций и постоянное стремление адаптироваться к изменениям, чтобы обеспечить свою выживаемость и успешное развитие.

Проблема повышения конкурентоспособности является актуальной для организаций всех отраслей мирового хозяйства. Для достижения эффективных результатов в своей деятельности организациям необходимо постоянно адаптироваться к изменяющимся условиям и разрабатывать инновационные концепции развития для повышения конкурентоспособности. Для разработки таких концепций необходимо внимательно изучать экономическую категорию конкурентоспособности, ее особенности и признаки. Отсутствие необходимых теоретических и практических знаний о механизмах обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг может привести к серьезным ошибкам при установлении цен, что в конечном итоге может привести к убыткам и даже банкротству организаций.

В условиях нестабильной экономики, когда наблюдается чрезмерное повышение цен, конкуренция на рынке становится более острой, производители вынуждены бороться за предпочтения потребителей. Потребители в свою очередь ориентируются на доступность товаров как по стоимости, так и по качеству. Товар, который сочетает в себе оптимальное соотношение цены и качества, считается наиболее конкурентоспособным в таких условиях.

Для организации это означает необходимость уделять особое внимание снижению издержек, оптимизации процессов производства, улучшению качества продукции и разработке более эффективных маркетинговых стратегий. Важно также следить за динамикой цен на рынке, адекватно реагировать на изменения спроса и обеспечивать потребителям конкурентоспособные предложения. В таких условиях, гибкость, адаптивность и стремление безусловно удовлетворить потребности клиентов становятся ключевыми факторами успешной конкурентоспособности на рынке.

Понятие "конкурентоспособность" отражает способность создавать, удерживать и укреплять конкурентные преимущества в условиях соперничества. В научных работах экономистов нет универсального определения этого понятия, так как каждый исследователь интерпретирует его по-своему, в зависимости от изучаемых аспектов.

Выделим несколько особенностей понятия конкурентоспособности организации(таблица 1):

Таблица 1. – Особенности понятия конкурентоспособности организации

Сложность	Конкурентоспособность организации является сложным понятием, которое не только включает в себя качественные и ценовые характеристики его продукции, но также зависит от уровня менеджмента, системы управления финансовыми потоками, инвестиций и инноваций
Эффективность	Конкурентоспособность организации зависит от того, насколько эффективно используются все имеющиеся ресурсы, включая финансовые, технические, человеческие и информационные ресурсы
Динамичность	Конкурентоспособность организации является динамичным показателем, который может изменяться под воздействием как внешних, так и внутренних факторов. Организация должна постоянно адаптироваться к изменениям на рынке и внутри компании, чтобы сохранить и улучшить свою конкурентоспособность
Относительный характер	Конкурентоспособность организации оценивается относительно других игроков на рынке. Для сравнения используются аналогичные показатели конкурентов или идеальных (эталонных) предприятий. Это помогает определить степень успешности предприятия на рынке и выявить области для улучшения.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3, стр. 31-48].

В результате изучения научных работ по тематике конкурентоспособности организации было рассмотрено ряд определений как соотечественников, так и иностранных учёных. Данное исследование позволило провести сравнительный анализ и разделить все определения на несколько самых важных блоков:

- связанные с конкурентоспособностью продукции;
- на основе внешних и внутренних факторов деятельности организации;
- основанном на конкурентном потенциале каждого бизнес-процесса организации [2, с.154].

Конкурентоспособность организации является динамичным показателем и должна изучаться в конкретный момент времени с учетом изменений на рыночной конъюнктуре.

Следовательно, чтобы создать достаточный уровень конкурентоспособности организации нужно:

- обеспечить условия для выпуска высоко конкурентоспособной продукции, соответствующей потребностям целевой аудитории;
- обеспечить развитие конкурентного потенциала до уровня главных конкурентов отдельной отрасли [1, с.175].

Оценка конкурентоспособности организации является важным инструментом для определения ее позиций на рынке и разработки стратегии развития. При оценке конкурентоспособности организации также важно учитывать потребности и ожидания клиентов, анализировать их предпочтения, требования к качеству продукции или услуг. Важно также учитывать мнение и отзывы клиентов о продукции или услугах организации.

Рассмотрим возможные стратегии конкурентоспособности организации на примере СПК «Восходящая заря». Данная организация специализируется на производстве сельскохозяйственной продукции (молоко, мясо).

Таблица 2. – Анализ действующих конкурентных стратегий СПК «Восходящая заря»

	Стратегическая цель	Возможности предприятия	Контроль результатов	
			+	-
Сегментивная	Лидерство на определенном сегменте за счет узкой специализации (сельхозпредприятия)	Собственное производство, поставка продукции, высокое качество продукции	Стабильный спрос, увеличение объема реализации продукции	Необходимость поддержания высокого качества продукции, что влечёт за собой рост себестоимости
Брендовая	Лидерство в сознании переработчиков(молокозаводы, мясокомбинаты)	Большой опыт работы, квалифицированные специалисты, гарантия качества	Долговременные связи, доверие переработчиков	Необходимость постоянного вложения средств для поддержания высокого качества продукции

Примечание – Источник: собственная разработка на основе документации предприятия.

Рассматриваемые стратегии могут быть комбинированы и адаптированы в зависимости от конкретных условий рынка и целей организации. Важно постоянно анализировать действующие кон-

курентные стратегии и реагировать на изменения в отрасли, чтобы оставаться конкурентоспособным. Дополнительно при анализе конкурентоспособности организации можно учитывать такие факторы, как репутация бренда, доступность ресурсов, уровень инноваций и технологическое развитие, квалификация персонала, гибкость в реагировании на изменения рыночной ситуации и конкурентные преимущества.

Из приведённых выше анализов можно сделать вывод, что оценка конкурентоспособности должна быть регулярной и динамичной, так как рыночная среда постоянно меняется. Только постоянное обновление и корректировка стратегий позволят организации сохранять свою конкурентоспособность и достигать успеха в долгосрочной перспективе.

Список использованных источников

1. Володько О.В. Экономика организации: учеб. пособие / О. В. Володько, Р. Н. Грабар, Т. В. Зглюй; под ред. О. В. Володько, 2-е изд., испр. и доп. – Минск: Вышэйшая школа, 2015, с. 194-201.
2. Конкурентоспособность предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://up-pro.ru/encyclopedia/konkurentosposobnost/>. – Дата доступа: 01.04.2024.
3. Камчатова, Е. Ю. Повышение конкурентоспособности компаний в условиях цифровизации / Е. Ю. Камчатова, С. О. Заяц // Ученые записки Российской академии предпринимательства. – 2022. – Т. 21. – № 2. – С. 31-48.