

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Михайлов С.А.

Терехин А.С.

Аксёнов О.О.

Научный руководитель к.э.н. Мешков А.В.

Донецкий национальный технический университет

В мировой экономической литературе тема конкурентоспособности в течение последних лет остается одной из центральных. Данная экономическая категория является одной из определяющих на протяжении всего срока существования человеческого общества с момента формирования рыночных отношений.

Конкурентоспособность и факторы, лежащие в ее основе, часто оказываются в центре научных исследований, посвященных экономическому развитию общества и групп предприятий. Данным вопросам в своих трудах уделяли внимание многие отечественные ученые, такие как Баринов В., Захаров А.Н., Калашникова Л.М., Маракулин М.В., Старовойтов М.К., Яшин Н.С., Светульников С.Г., Завьялов П.С., Емельянова С.В. и другие [1-10].

Несмотря на большое количество исследований, в обозначенной сфере остается недоработанным ряд аспектов конкурентоспособности, связанных с управлением данной характеристикой. Таким образом, целью данной статьи является разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия в современных условиях хозяйствования.

Конкурентоспособность выступает важнейшим фактором обеспечения безопасности предприятия, она обеспечивает его выживание в рыночной среде и его последующее эффективное развитие.

Главной характерной чертой при разработке управленческого решения по повышению конкурентоспособности предприятия должна стать ориентация на долгосрочную перспективу, проведение фундаментальных исследований, диверсификацию деятельности, инновационное развитие предприятия, активизацию творческой активности персонала, а также

повышение эффективности использования основных фондов и оборотных средств.

В результате проведенных исследований были сформированы рекомендации по комплексу организационных мер обеспечения конкурентоспособности.

1. Внедрение инновационных технологий и разработка инновационной продукции на предприятии.

2. Управление эффективностью использования основных производственных фондов на предприятии с учетом потребностей рынка потребления продукции.

3. Разработка стратегии повышения конкурентоспособности предприятия.

4. Управление ценообразованием на продукцию с учетом цен предприятий-конкурентов.

5. Стимулирование развития новых потребностей у потребителей.

6. Повышение эффективности контроля качества и соответствия стандартам характеристик продукции.

7. Выявление резервов повышения конкурентоспособности продукции предприятия по сравнению с аналогами.

8. Модернизация дизайна, надёжности, экономичности продукции субъекта хозяйствования.

9. Внедрение специализированного лицензионного программного обеспечения для повышения производительности труда специалистов на предприятии.

10. Оптимизация диапазона условий использования продукции предприятия.

11. Активизация маркетинговых мероприятий. Создания искусственного дефицита новых, прогрессивных товаров, ведение активной рекламной компании, создание предпочтительных экономических условий продаж.

12. Оптимизация обслуживания клиентов, в первую очередь транспортной логистики.

Таким образом, комплексное внедрение предложенных рекомендаций позволит оптимизировать управление конкурентоспособностью, что, в свою

очередь, способствует развитию предприятия в текущем и перспективном периодах, приводя к повышению его рыночной стоимости и максимизации финансовых результатов.

Литература

1. Баринов В. Развитие организации в конкурентной среде // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – 115 с.
2. Захаров А.Н. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы, оценки и механизмы увеличения // Бизнес и банки. – 2004. – 352 с.
3. Калашникова Л.М. Конкурентоспособность предприятий и их продукции // Машиностроитель. – 2003. – 134 с.
4. Маракулин М.В. Управление компромиссами как фактор конкурентоспособности компании // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. – 325 с.
5. Миронов М.Г. Ваша конкурентоспособность. – М.: АльфаПресс, 2004 – 165 с.
6. Старовойтов М.К., Фомин П.А. Практический инструментарий организации управления промышленным предприятием: [Электронная версия]. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/marketing/20005/12.shtml>.
7. Светульников С.Г. Прогнозирование экономической конъюнктуры в маркетинговых исследованиях. – СПб., 1997 – 203 с.
8. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. пособие. – М.:Инфра-М.: 2001 – 168 с.
9. Емельянов С.В. США: международная конкурентоспособность национальной промышленности. 90-е годы XX века. – М.: Экономика, 2001– 59 с.
10. Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг / И.М. Лифиц. М.: Высшее образование; Юрайт-Издат, 2009 - 460 с.