

# ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

© Датиева Л.М.\*

Владикавказский филиал Финансового университета  
при Правительстве РФ, г. Владикавказ

В статье освещаются некоторые инструменты повышения конкурентоспособности предприятия.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, оценка конкурентоспособности, бенчмаркинг, логистика.

На каждом этапе функционирования предприятия должно быть выработано определенное конкурентное поведение. Завоевать абсолютное конкурентное преимущество над всеми конкурентами по всем направлениям деятельности практически невозможно. Чаще всего бывает ситуация, когда предприятие лидирует по одной или двум позициям, однако это приносит ему неоспоримое конкурентное преимущество на отраслевом рынке. На повышение конкурентоспособности могут повлиять многие факторы, часть из которых относятся к управляемым и могут быть изменены организациями.

Конкурентоспособность предприятия – это преимущество предприятия по отношению к иным предприятиям той же отрасли как внутри страны, так и за ее пределами.

Оценка конкурентоспособности предприятия необходима для:

- разработки мероприятий, направленных на ее повышение;
- определения контрагентов для осуществления совместной деятельности;
- разработки программ выхода предприятия на новые для него рынки сбыта;
- осуществления инвестиционной деятельности [1].

Существует несколько путей повышения конкурентоспособности предприятия:

- рост объемов реализации продукта;
- улучшение качества выпускаемого продукта;
- уменьшение расходов;
- бенчмаркинг;
- логистика;

Одно из направлений повышения конкурентоспособности – рост объемов реализации продукта (услуг или работ). Данный инструмент повышения конкурентоспособности не отражает в полной мере конечного результата, так как не учитываются такие важные показатели, как величина расходов предприятия, его прибыль и т.д. При организации производственного про-

---

\* Студент кафедры Экономики и финансов.

цесса и планировании объемов в соответствии с данным методом необходимо решить ряд задач, одной из важнейших из которых является определение объема реализации продукта, при котором будет обеспечена безубыточная производственная деятельность.

Еще одно направление – это улучшение качества выпускаемого продукта, что окажет влияние на: ускорение НТП, освоение новых рынков, увеличение экспорта, процветание. Решение проблемы качества продукта поднимет имидж предприятия у покупателей, станет залогом выхода на внешний рынок, а также будет являться основой для получения максимальной прибыли. Этот метод имеет еще и высокую социальную значимость, повышает моральный интерес работников производства, позволяя работникам ощущать свою социальную значимость.

Уменьшение расходов – это традиционный, старый и наиболее исследованный метод повышения конкурентных преимуществ. В данном случае в выигрышном положении будет находиться то предприятие, которое проведя определенный комплекс мер достигло меньших затрат, чем конкуренты. Однако в современных условиях удержать такое преимущество достаточно трудно, связано это с необходимостью конкурировать с азиатскими производителями, где снижение расходов производится за счет использования «дешевой» рабочей силы, крупномасштабного производства и т.д. Предприятия, выбирающие путь усиления конкурентных затрат, постоянно анализируют затраты на всех стадиях проектирования, выпуска и реализации продукта. Важную роль здесь играют маркетингологи, которые должны непрерывно заниматься мониторингом рынка, проводить функционально-стоимостной анализ, отслеживать новейшие технологии, а также расходы предприятий-конкурентов.

Еще один эффективный инструмент повышения конкурентоспособности предприятия – бенчмаркинг. Бенчмаркинг – это систематический, непрерывный поиск и изучение передового опыта конкурентов и игроков смежных отраслей, постоянное сравнение желаемых результатов и изменений бизнеса с разработанной эталонной моделью. На основании полученных сведений необходимо обеспечить поддержку системы постоянных улучшений результативности деятельности. Бенчмаркинг бывает двух видов: общий и функциональный. Общий бенчмаркинг представляет собой сравнение показателей производства и продажи продуктов данного производителя с показателями бизнеса достаточно большого количества производителей или продавцов аналогичного продукта. Такое сравнение позволяет наметить четкие направления инвестиционной деятельности. Параметры, используемые для сравнения характеристик продукта, зависят от конкретного вида продукта. Функциональный бенчмаркинг означает сравнение параметров работы отдельных функций (например, операций, процессов, приемов работ и т.п.) производителя (продавца) с аналогичными параметрами наиболее успешных предприятий (продавцов), работающих в похожих условиях [2].

Деятельность предприятий и организаций в области логистики для достижения конкурентных преимуществ складывается из нескольких правил, которые получили название «шесть правил логистики» [3]:

Груз – нужный товар;

Качество – необходимого качества;

Количество – в необходимом количестве;

Время – должен быть доставлен в нужное время;

Место – в нужное место;

Затраты – с минимальными затратами.

Логистическая деятельность должна носить интеграционный характер, иначе достижение этих шести правил невозможно. Необходима интеграция всех субъектов участвующих в логистической цепочке в логистическую систему. Применение данного метода повышения конкурентоспособности предприятия невозможно без высококвалифицированных специалистов, а также базируются на дальновидности и прогрессивности взглядов управляющего.

Таким образом, путей повышения конкурентоспособности предприятия множество, но реализация их возможна только при условии наличия квалифицированных кадров, высоком уровне организации производственного процесса, квалификации и авторитета управляющего звена и др.

#### **Список литературы:**

1. Управление производством [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [ur-pro.ru](http://ur-pro.ru) (дата обращения: 19.01.2015).

2. Маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [grandars.ru](http://grandars.ru) (дата обращения: 19.01.2015).

3. Логистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [grandars.ru](http://grandars.ru) (дата обращения 19.01.2015)

4. Чайникова Л.Н. Конкурентоспособность предприятия: учебное пособие. – Тамбов: ТГТУ, 2007.

## **THE USA EXPERIENCE IN THE FIELD OF ETHICAL REGULATION OF PUBLIC SERVANTS AND THE POSSIBILITY OF ITS USE IN THE RUSSIAN FEDERATION**

**© Dunaeva A.I.\***

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow

For civil servants concept of ethical behavior varies greatly, so to establish the common framework of ethical conduct for civil servants need their regulatory consolidation.

---

\* Student of the faculty «Government and municipal management».