

*Кандидат экономических наук, доцент: Сайфидинов Бурхонидин<sup>1,2</sup>*

*Студент: Крикливцева Юлия Андреевна<sup>1</sup>*

*1. Уральский федеральный университет им. первого Президента*

*России Б.Н. Ельцина (УрФУ)*

*2. Российский государственный профессионально–педагогический  
университет(РГППУ)*

## **НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

***Аннотация:** В современном мире, когда рынок разнообразен, и наполнен предложениями, каждому учредителю необходимо адекватно оценивать конкурентоспособность предприятия для успешного и эффективного развития. В статье заострено внимания на проблемы повышения конкурентоспособности предприятия.*

***Ключевые слова:** предприятия, конкуренция, конкурентоспособность, рынок, рыночная экономика, товара, качество, себестоимость.*

***Annotation:** In the modern world, when the market is diverse and filled with offers, each founder needs to adequately assess the competitiveness of the enterprise for successful and effective development. The article focuses on the problems of increasing the competitiveness of the enterprise.*

***Keywords:** enterprises, competition, competitiveness, market, market economy, goods, quality, cost.*

Повышение уровня конкурентоспособности предприятий и успешное развитие в рыночной среде — одна из главных проблем современной экономики.

Повышение конкурентоспособности предприятия — необходимость для развития предприятия, как на уровне экономики страны, так и мира.

В современных экономических словарях под понятием конкуренции понимают соперничество, соревнование людей, групп, организаций в достижении лучших результатов в определенной общественной сфере.

В рыночной экономике такое соперничество между субъектами рыночных отношений неизбежно, поскольку оно порождается объективными условиями, основными из которых в экономической литературе называют:

- наличие множества равноправных рыночных субъектов;
- полная экономическая обособленность каждого из них;
- зависимость рыночных субъектов от конъюнктуры рынка;
- противоборство со всеми другими рыночными субъектами за удовлетворение покупательского спроса. [2. С. 2]

Конкурентоспособность усиливается в рыночных условиях, когда на рынок выходит много производителей аналогичного товара и предприятие должно повысить конкурентоспособность своего продукта, т.е. улучшить его качество и снизить себестоимость, привлечь к нему внимание, чтобы закрепиться на рынке для получения прибыли.

В своей работе «Моделирование конкурентоспособности продукции» Воронов А.А. пишет, что конкурентоспособность предприятия — это относительная характеристика, которая выражает степень отличия данного предприятия от конкурентов в сфере удовлетворения потребностей клиентов [1. С.44–47].

Факторы конкурентоспособности воздействуют как в сторону повышения конкурентоспособности предприятия, так и в сторону ее уменьшения.

Со временем факторы конкурентоспособности имеют свойство изменяться, так как меняются потребности людей, меняется ситуация на рынке. В зависимости от доходов у населения меняются вкусы, например, десять лет назад у людей были совсем другие потребности, в настоящее время

большое значение стали иметь различные технологии, особенно IT - технологии. Исходя из постоянных изменений, тяжело назвать конкретные факторы, которые влияют на конкурентоспособность и на ее изменение. Поэтому всю совокупность факторов конкурентоспособности предприятия возможно разделить на внешние и внутренние.

Под внешними подразумеваются социально-экономические и организационные отношения, позволяющие предприятию создать продукцию, которая по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательна.

А под внутренними — объективные критерии, которые определяют возможности предприятия по обеспечению собственной конкурентоспособности.

Предприятия должны уметь подстраиваться под текущее состояние рынка, под современные потребности и требования людей.

Набор факторов, которые определяют конкурентоспособность предприятия, оказывается столь своеобразным, что невозможно предложить единую методику сбора данных относительно их обработки и идентификации для принятия соответствующих решений.

Скорость, эффективность, оригинальность, ориентация на потребителя, качество и продуктивность - это факторы, которые могут привести к занятию фирмой более выгодной конкурентной позиции, в том числе в глобальной экономической системе.

Рассмотрим пути повышения конкурентоспособности предприятия на конкретном примере ООО «НАТСТРОЙ».

ООО «НАТСТРОЙ» относительно молодая компания, начавшая свою деятельность в 2016 году [3], но активно развивающаяся в сфере производства строительных металлических конструкций, изделий и их частей.

Рассмотрим финансовые показатели ООО «НАТСТРОЙ» за 2016-2020 г.г

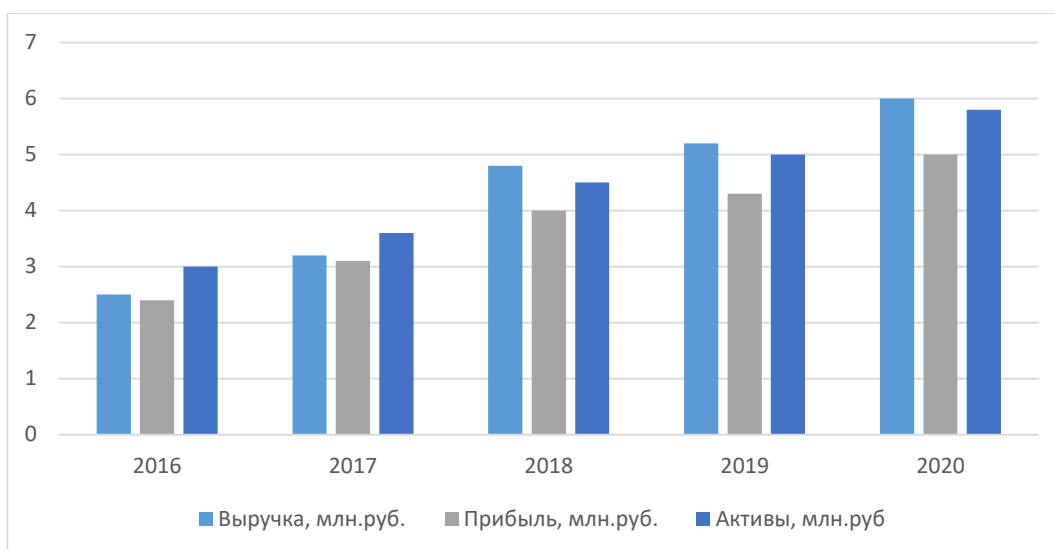


Рисунок 1 – Финансовые показатели ООО «НАТСТРОЙ» за 2016-2020 гг.[3, стр. 2]

Проанализировав диаграмму, можно сделать вывод о том, что предприятие активно развивающееся, а значит, конкурентоспособное.

Рассмотрим, какие пути повышения конкурентоспособности используются на предприятии, а также, насколько они эффективны.

С начала 2020 год организация активно осваивает новые производственные процессы. В 2016 году ООО «НАТСТРОЙ» была заявлена на рынке, как компания, изготавливающая только опоры ЛЭП. На данный момент, на территории предприятия изготавливаются колонны, фермы, ригеля, подкрановые балки, прогоны, связи и другое. Это позволило увеличить объемы производства, расширить круг потребителей.

Рассмотрим график увеличения объемов производства за период 2018-2021 г.г.

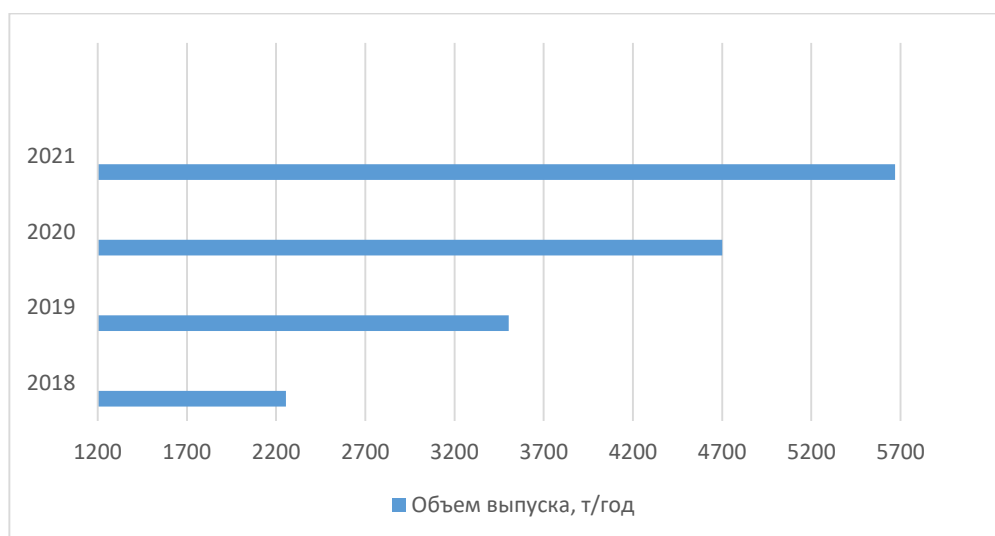


Рисунок 2 – Анализ объемов производства ООО «НАТСТРОЙ» ЗА 2018-2021 г.г [4, ст. 58]

Стоит отметить, что объемы ежемесячно растут в сравнение с предыдущими.

Благодаря расширению видов изготавливаемой продукции, появились заказы на более ответственные конструкции, требующие использование качественного сырья и покрытия, а также продукция, которая будет отвечать мировым стандартам.

Так, на изделиях начали наносить специальную маркировку, а краска проходит сертификационную проверку специалистами, также готовые изделия проходят проверку отделов ОТК. Это позволило улучшить качество изготавливаемой продукции, а также расширить клиентскую базу, реализовать выход и сбыт на рынках, где к продукции предъявляются более высокие требования к качеству.

С начала 2020 года рабочий штаб начал активно развиваться, появились новые рабочие места, а условия труда становились значительно лучше.

Ниже рассмотрим таблицу количества трудоустроенных за 2020-2021 г.г.

Таблица 1 – Количество трудоустроенных за 2020-2021 г.г. [4, ст. 64]

Год	Количество трудоустроенных, чел.	Количество открытых вакансий на предприятие
2020	52	32
2021	223	6

Таким образом, за 6 лет на рынке предприятие ООО «НАТСТРОЙ» стало перспективным конкурентом, благодаря эффективному использованию путей повышения конкурентоспособности.

#### **Использованные источники:**

1. Воронов, А.А. Моделирование конкурентоспособности продукции // Журнал стандарты и качество. – 2013. – 104с.
2. Миронов, М.Г. Ваша конкурентоспособность. — М.: Издательство «Альфа-Пресс».- 2011. — 160с.
3. НАТСТРОЙ. [Электронный ресурс]. – URL: [https://www.natstroi.ru/about\\_us\\_](https://www.natstroi.ru/about_us_) (дата обращения: 12.03.2022).
4. Rusprofile. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.rusprofile.ru/id/10343190> (дата обращения: 12.03.2022).
5. Приманченко, А.И. План модернизации производства ООО «НАТСТРОЙ» на 2016-2022 г.г. – 2016.- 124 с.
6. Grandars.ru. [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/konkurentosposobnost-organizacii.html> (дата обращения: 12.03.2022).