

УДК 330.552:338.

**Барановский А.Г.**, кандидат экономических наук

**Гнатюк С.Н.**, кандидат экономических наук

*Белорусско-Российский университет*

## **СИСТЕМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Для обеспечения высокого уровня конкурентоспособности определённого вида деятельности предприятия представляется целесообразным разработать систему, в которой пути обеспечения конкурентоспособности будут лишь одним из необходимых компонентов системы функционирования предприятия.

Компонентами системы обеспечения конкурентоспособности предприятия будем считать:

- потенциал предприятия, ориентированный на поддержание его конкурентоспособности,
- систему подготовки производства, обеспечивающую выпуск конкурентоспособной продукции,
- организационно-экономические предпосылки, создающие «запас прочности» или «подушку безопасности» для предотвращения и устранения угроз рыночным позициям предприятия,
- пути повышения конкурентоспособности, позволяющие сохранить или усилить конкурентные возможности предприятия,
- конкурентную борьбу – целенаправленные мероприятия предприятия для противодействия конкурентам с целью сохранить или расширить своё присутствие на рынке.

Потенциал обеспечения конкурентоспособности предприятия включает следующие элементы: финансовые ресурсы, технический и технологический потенциал, квалифицированные кадры, гибкая производственная мощность, патентная защита, надёжное ресурсное обеспечение, развитая инфраструктура предприятия, развитая сбытовая сеть.

Потенциал предприятия с точки зрения его конкурентоспособности должен отвечать следующим требованиям:

- наличие финансовых резервов или возможность привлечения финансовых ресурсов при необходимости решения задач развития производства или обновления продукции,
- уровень техники и технологии должен соответствовать современному уровню и обеспечивать стабильный выпуск высококачественной продукции при низких издержках производства,

– работники предприятия должны обладать соответствующей квалификацией и быть способны осваивать новые технологии и оборудование,

– производственная мощность предприятия должна формироваться с учётом возможности без особых проблем изменять номенклатуру и объёмы выпуска продукции с учётом изменения спроса,

– патентная защита позволит в течение определённого времени сохранять преимущества предприятия в выпуске соответствующей продукции,

– если предприятие сможет решить проблему надёжного ресурсного обеспечения это во многом облегчит его деятельность в случае возникновения трудностей и угроз,

– развитая инфраструктура предприятия (производственная, социальная, управленческая) создаёт фундамент устойчивого функционирования предприятия и стабильного выпуска продукции,

– развитая сбытовая сеть обеспечивает надёжную и своевременную поставку продукции предприятия потребителям.

Подготовка производства должна базироваться на использовании современных методов подготовки, создать условия для выпуска продукции высокого качества, в полной мере удовлетворяющей потребности клиентов, с приемлемым для них уровнем издержек на приобретение и использование продукции. В мировой хозяйственной практике разработан широкий арсенал инструментов подготовки производства, обеспечивающих разработку и освоение выпуска конкурентоспособной продукции: CALS, QFD, ФСА, FMEA, ФФА, CE, FAST, ТРИЗ, СПУ.

Организационно-экономические предпосылки сохранения устойчивости функционирования и конкурентоспособности предприятия включают: диверсификацию производственно-хозяйственной деятельности, дифференциацию выпускаемой продукции, охват нескольких рынков, бережливое производство, рекламную активность, устойчивое финансовое состояние, систему управления качеством, организацию сервиса, активную инновационную деятельность, формирование положительного имиджа фирмы.

Значение организационно-экономических предпосылок заключается в том, что:

– диверсификация позволяет сохранить устойчивость и конкурентоспособность предприятия в целом при возникновении проблем с реализацией в одном из видов деятельности,

- присутствие на нескольких рынках имеет обеспечивает устойчивость объема и динамики производства, финансовую устойчивость,
- дифференциация продукции позволяет более полно удовлетворять специфические потребности клиентов предприятия,
- умелая рекламная деятельность является действенным средством информирования покупателей о достоинствах и преимуществах выпускаемой предприятием продукции и тем самым содействует поддержанию конкурентоспособности,
- концепция бережливого производства позволяет обеспечить выпуск продукции с минимальными издержками путём устранения всех видов потерь ресурсов производства,
- устойчивое финансовое состояние открывает сравнительно лёгкий доступ к заёмным финансовым ресурсам при необходимости,
- система управления качеством обеспечивает стабильный выпуск продукции высокого качества и его постоянное повышение,
- инновационная активность приводит к непрерывной реализации мероприятий совершенствования всех сторон производственно-хозяйственной деятельности предприятия,
- организация сервиса один из важных факторов конкурентоспособности для технической продукции,
- положительный имидж фирмы способствует появлению у неё стойких приверженцев выпускаемой продукции, что содействует сохранению продаж и лояльности покупателей к фирме в периоды экономических спадов.

Под путями повышения конкурентоспособности будем понимать деятельность по формированию и сохранению конкурентных преимуществ предприятия в его производственной и коммерческой сферах, а также формирование на предприятии механизма управления конкурентоспособностью предприятия. Конкретные мероприятия повышения конкурентоспособности предприятия: сопровождение товара в рамках жизненного цикла, модернизация продукции, освоение новой продукции, выход на новые рынки, расширение параметрического ряда продукции, переподготовка персонала, изменение системы мотивации персонала, использование опыта конкурентов, обращение за государственной поддержкой.

Конкурентная борьба для сохранения и укрепления позиций на рынке включает: позиционирование предприятия на рынке, выявление основных конкурентов, выбор стратегии конкурентной борьбы. Возможны два вида стратегий конкурентной борьбы: наступательные и оборонительные