

Оразмухаммет Баллыев

*Харьковский национальный технический университет
сельского хозяйства имени Петра Василенка*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В современных рыночных условиях задачей каждого субъекта является максимизация прибыли. Однако успешно решить эту задачу предприятие может, повышая свой уровень конкурентоспособности на рынке.

В условиях рынка нереально добиться стабильного успеха в бизнесе, если не планировать его эффективное развитие, не аккумулировать постоянно информацию о собственных перспективах и возможностях, о состоянии целевых рынков, о положении на них конкурентов и своей конкурентоспособности.

Высокая конкурентоспособность предприятия обуславливается удовлетворенностью и готовностью потребителей повторно приобрести продукцию этой фирмы, отсутствием претензий к предприятию со стороны общества, акционеров, партнеров, престижностью работы на данном предприятии. Поэтому вопросы, связанные с повышением уровня конкурентоспособности предприятия следует решать своевременно.

В эпоху глобализации и интернационализации производства единственным критерием его эффективности и востребованности выпускаемой продукции является конкурентоспособность. В настоящее время не существует единого определения понятия «конкурентоспособности». Основными факторами, которые обуславливают возможность множественности трактовок этого понятия, являются различные исходные позиции экономистов, а также и то, что в качестве производителя рассматривается лишь отдельное предприятие, отрасль или вся экономика в целом.

Конкурентоспособность предприятия — это относительная характеристика, которая выражает степень отличия данного предприятия от конкурентов в сфере удовлетворения потребностей клиентов [1]. Конкурентоспособность предприятия, будучи многогранным понятием, не только включает качественные и ценовые параметры промышленной продукции, но зависит от уровня менеджмента, сложившейся системы управления финансовыми потоками, инвестиционной и инновационной составляющими его деятельности. Кроме того, на конкурентоспособность оказывает влияние конъюнктура, складывающаяся на том или ином рынке, степень конкуренции, испытываемая предприятием со стороны других участников рынка, техническая оснащенность, степень внедрения инноваций, квалификация персонала, финансовая устойчивость. Необходимым условием определения конкурентоспособности выступает наличие конкуренции. Конкуренция осуществляется на рынке.

Отметим, что в основе формирования конкурентоспособности предприятия лежит система его конкурентных преимуществ. На базе анализа различных подходов к классификации конкурентных преимуществ предлагается осуществлять их классификацию по следующим признакам: отношение к системе; сфера возникновения преимущества; содержание фактора преимущества; время реализации преимущества; место реализации преимущества; вид получаемого конечного результата.

Также фирма объективно должна оценивать свое конкурентное преимущество над другой фирмой. Провести данную оценку компания может в том случае, когда обе фирмы удовлетворяют идентичные потребности покупателей, относящиеся к родственным сегментам рынка. При этом фирмы находятся примерно в одних и тех же фазах жизненного цикла. Если данные условия не соблюдаются, сравнение

будет некорректным. Исходя из того, что конкурентоспособность отражает продуктивность использования ресурсов фирмы, для ее оценки необходимо выбрать критерии продуктивности использования ресурсов. Если деятельность фирмы связана с извлечением прибыли, а совокупные ресурсы оцениваются в денежном выражении, продуктивность использования ресурсов фирмой может быть оценена показателем рентабельности производства, т.е. отношением прибыли, полученной в том или ином периоде, к истраченным в том же периоде ресурсам, оцененным как издержки производства. Кроме этого, для объективной оценки конкурентоспособности фирмы ее руководству необходима возможность слежения за рынком, особенно за пределами страны.

Высокая конкурентоспособность фирмы является гарантом получения высокой прибыли в рыночных условиях. При этом фирма имеет цель достичь такого уровня конкурентоспособности, который помогал бы ей выживать на достаточно долговременном временном отрезке. В связи с этим перед любой организацией встает проблема развития способности предприятия выживать в изменяющихся рыночных условиях.

Литература

1. Конкурентоспособность предприятия // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inventech.ru/lib/predpr/predpr0041/>
2. Конкуренция // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aup.ru>

Оксана Барковская, Андрей Ганчар

*УО «Гродненский государственный аграрный университет»
Республика Беларусь*

СОЦИАЛЬНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Важную роль в формировании социально-экономического потенциала устойчивого развития Республики Беларусь имеют отрасли социальной инфраструктуры. В условиях проводимых социально-экономических преобразований в Беларуси удалось сохранить достаточно стабильную социальную сферу, не допустить снижения управляемости ее отраслями, обеспечить конституционные права граждан в области охраны здоровья, получения образования, решения жилищных проблем.

Переход к устойчивому развитию во многом определяется уровнем развития образования. В Республике Беларусь он достаточно высок – 99,6% для взрослого населения (15 лет и старше). В стране происходят обновление содержания общего и профессионального образования, повышение его качества, что потребовало проведения реформы общеобразовательной школы, начавшейся в 1998 г., и предусматривающей переход на обучение детей с 6-летнего возраста на обязательную 10-летнюю базовую и 12-летнюю среднюю школу. С 1 сентября 2002 г. общеобразовательная школа перешла на 5-дневную учебную неделю, 10-балльную систему оценки знаний [1].

Вместе с тем в системе образования имеется ряд проблем, которые предусматривается решить в ближайшие годы: недостаточный уровень компьютеризации учебных заведений; внедрение информационных технологий в учебный процесс и укрепление материально-технической базы. Как национальный ресурс культура представляет собой совокупность материальных и духовных ценностей, включая национальный язык, историко-культурное наследие, традиции, фольклор, народные промыслы и ремесла, профессиональное и самодеятельное искусство, культурологическое и художественное образование, учреждения и кадры