

Галкина Ю.Е., Орлова А.Л.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail-econom @ mivlgu.murom.ru*

Основные направления повышения конкурентоспособности промышленного предприятия

Для того чтобы промышленные предприятия Российской Федерации стабильно функционировали и постоянно развивались, необходимо проводить ряд мероприятий, направленных на повышение эффективности их работы. Одними из перспективных мероприятий являются мероприятия, направленные на повышение качества выпускаемой продукции, расширение ассортимента товаров, привлечение различного рода инвестиций для расширения производственных мощностей предприятий.

На данный момент большинство российских промышленных предприятий сталкиваются с рядом проблем, таких как:

- техническое отставание производства от иностранных предприятий;
- физическое и моральное устаревание основных фондов;
- высокая себестоимость продукции за счет больших накладных расходов, в частности затрат на транспортировку сырья и материалов;
- невысокая конкурентоспособность производимой продукции;
- практическое отсутствие инноваций на предприятиях в области производства продукции и ее реализации.

В связи с этим, необходимо решить ряд задач, направленных на повышение конкурентоспособности промышленных предприятий России. К таким задачам, прежде всего, можно отнести следующие:

- активно привлекать инвестиции в современные технологии производства промышленной продукции, а также внедрять прогрессивные методы организации и управления производством;
- производить обновление и модернизацию основных средств предприятия;
- принять меры по изменению системы хозяйствования, которая позволит быстро реагировать на изменения во внешней среде.

В первую очередь повысить конкурентоспособность предприятия необходимо путем активной модернизации производственного оборудования, а также технического перевооружения всего производства в целом. Таким образом, для реализации данного мероприятия нужно провести работу по следующим направлениям:

- применять не только российские стандарты качества производства продукции и управлением предприятием, но и активно внедрять международные стандарты;
- активно осваивать инновационные технологии и создавать все условия для их внедрения;
- стимулировать внедрение научно-технических разработок и объектов интеллектуальной собственности.

Активное внедрение инноваций в производственную деятельность предприятий является одним из наиболее перспективных направлений роста их конкурентоспособности. В связи с этим, осуществление их внедрения нужно проводить совместно с мероприятиями, направленными на:

- поддержание научно-исследовательской деятельности;
- охрану объектов интеллектуальной собственности;
- сертифицирование разрабатываемой инновационной продукции;
- освоение производства разрабатываемой инновационной продукции.

Следующим направлением по повышению конкурентоспособности предприятия является активное ведение инвестиционной деятельности. Для ее осуществления необходимо использо-

вать следующие механизмы:

- участие в государственных закупках и заказах;
- инвестирование в уставный капитал;
- привлечение иностранных инвестиций;
- использование кредитования на льготных условиях.

Кроме того, роста конкурентоспособности предприятия можно добиться за счет умения быстро адаптироваться к изменениям внешней среды, что обеспечивается за счет имеющегося экономического потенциала предприятия, постоянного повышения уровня обслуживания покупателей, поддержания деловой репутации предприятия. При имеющемся высоком уровне конкурентоспособности предприятие должно поддерживать его, чего можно добиться за счет выпуска именно той продукции, которая приносит наибольшую прибыль, имеет постоянные конкурентные преимущества.

На уровень конкурентоспособности предприятия оказывают влияние не только материальные факторы, но и работа персонала предприятия, который обладает определенными навыками и способностями. Не менее важное значение в обеспечении конкурентоспособности предприятия играет и наличие корпоративной культуры.

Таким образом, разработка стратегии по повышению конкурентоспособности промышленного предприятия должна включать в себя следующие условия:

- проводить глубокий анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия, который позволит выявить существующие проблемы и определить направления их решения;
- привлекать инвестиционные ресурсы с целью внедрения инновационных проектов в производство;
- проводить анализ кадрового потенциала предприятия с целью выявления проблем и разработки мер по повышению его качества;
- периодически проводить отбор наиболее выгодных поставщиков;
- проводить работу по усовершенствованию ассортиментной политики путем повышения качества производимой продукции и применения высокотехнологичных методов производства продукции;
- проводить работу по установлению тесных контактов с покупателями продукции с целью выявления их потребностей для дальнейшего их удовлетворения. Это также позволит повысить имидж предприятия.

В настоящее время современными промышленными предприятиями для повышения своей конкурентоспособности широко применяются следующие стратегии: стратегия проникновения на рынок и стратегия присутствия на рынке. Рассмотрим данные стратегии более подробно.

Стратегия проникновения на рынок направлена на формирование таких условий, которые будут способствовать длительному присутствию товара на рынке. Это обеспечивается за счет наличия определенных конкурентных преимуществ. Для реализации данной стратегии необходимо проводить работу по следующим направлениям:

- анализ рынка, на который будет выходить продукция;
- оценка уровня конкуренции на данном рынке;
- определение времени вхождения наиболее эффективного товара на данный рынок;
- привлечение инвестиций для производства данной продукции.

Целевая функция стратегии проникновения на рынок определена уровнем продаж продукции на рынке, уровнем расширения границ рынка, сроком достижения продукции стадии зрелости. Успех данной стратегии определяется размером прибыли от реализации продукции на рынке, а также доля рынка, занимаемая данной продукцией.

Стратегия присутствия на рынке имеет два направления – стратегия поведения и стратегия конкурентной борьбы. На выбор того или иного направления оказывают влияние как внутренняя, так и внешняя среда предприятия, а также наличие конкурентных преимуществ предприятия и способность их использования.

Для повышения эффективности реализации общей стратегии необходимо разработать частные стратегии, направленные на повышение конкурентоспособности отдельных сфер деятельности предприятия, а именно маркетинговую, товарную, организационную, инновационную, финансовую, кадровую, экологическую, технологическую стратегии.