

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**Тверской государственный технический университет
(ТвГТУ)**

Кафедра «Менеджмент»

Научная статья

На тему: **«Формирование стратегии
повышения конкурентоспособности
фирмы»**

Выполнила: _____Надточиева Екатерина Александровна_____магистрант группы М.ЭК.ЭФ.20.52

Руководитель: д.э.н., проф. Разиньков П.И.

Тверь, 2021

Аннотация

□ Статья посвящена сущности понятия данной экономической категории «конкурентоспособность предприятия». Проанализированы основные подходы к определению конкурентоспособности предприятия. Обоснованы необходимые предпосылки для решения проблемы формирования стратегии повышения конкурентоспособности.

Актуальность

- Актуальность данной проблемы состоит в том, что на сегодняшний день при таком широком ассортименте предоставляемых товаров и услуг усиливается конкурентная борьба между хозяйствующими субъектами. Поэтому для нормального функционирования и оценки своих перспектив на будущее, предприятия и организации на первый план ставят задачи формирования стратегии повышения собственной конкурентоспособности.

Значительный вклад экономистов

- Значительный вклад в развитие и изучение вопросов конкурентоспособности и вопросов формирования стратегии конкурентоспособности вложили отечественные и зарубежные экономисты Азоев Г. Л., Ансофф И., Васильева З.А., Портер М., Юданов А. Ю., Котлер Ф., Томпсон А., Мескон, Г, Моисеева Н.К., Фатхутдинов Р.А. и др.



Определение понятия «конкурентоспособность предприятия» Х. А. Фасхиева

- «Под конкурентоспособностью предприятия подразумевается как реальная, так и потенциальная способность компании разрабатывать, изготавливать, сбывать и обслуживать в конкретных сегментах рынка конкурентоспособные изделия, то есть товары, превосходящие по качественно-ценовым параметрам аналоги и пользующиеся более приоритетным спросом у потребителей»

Подходы к определению понятия «конкурентоспособность предприятия» по мнению Фасхиева Х.А.

«Конкурентоспособность товара»

- Определение З. А. Васильевой.
- По ее мнению: «Конкурентоспособность предприятий (для потребителей) – способность удовлетворять потребности (решать проблемы) потребителей на основе производства товаров и услуг, превосходящих конкурентов по требуемому набору параметров»

Сочетание товара и производственной деятельности субъекта

- Определение Л.В. Донцовой.
- По ее мнению: «Конкурентоспособность предприятий - способность предприятия противостоять на рынке другим изготовителям аналогичной продукции (услуги) как по степени удовлетворения своими товарами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности»

Внутренняя и внешняя деятельность фирмы, без упоминания товара

- Определение А.В. Дементьевой:
- По ее мнению: «Конкурентоспособность предприятия – это способность использовать свои сильные стороны и концентрировать свои усилия в той области производства товаров или услуг, где она может занять лидирующие позиции на внутреннем и внешнем рынках»

Подходы к определению понятия «конкурентоспособность предприятия» по мнению Е.А. Арбатской

□ Маркетинговый подход:

С. Г. Светунькова: «Конкурентоспособность определяется как свойство объекта, имеющего определенную долю соответствующего рынка, которое характеризует степень соответствия технико-функциональных, экономических, организационных и других характеристик объекта требованиям потребителей, определяет долю рынка, принадлежащую данному объекту, и препятствует перераспределению этого рынка в пользу других объектов».

□ Продуктовый подход:

Э.В. Минько и М.А. Кричевский: «Конкурентоспособность - совокупность потребительских свойств продукции, необходимых и достаточных для того, чтобы она в определенный момент времени могла быть реализована по сопоставимым ценам на конкретном рынке»

□ Экономический подход:

Н.И. Перцовского, О.Ю. Ворожбит, Д.В. Мухиной, О.Н. Оковкиной и А.М. Чупайда: «конкурентоспособность предприятия представляет собой возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка»

□ Конкурентный подход:

М.В. Маракулин: «конкурентоспособность - способность компании работать в динамичной конкурентной среде при удержании имеющихся конкурентных преимуществ, как минимум, в неизменном виде (лучше – с положительной динамикой)»

□ Комплексный подход:

Л. М. Калашникова: «Конкурентоспособность предприятия – комплексное понятие, которое обусловлено системой и качеством управления, качеством продукции, широтой и глубиной ассортимента, востребованного обществом или отдельными его членами, стабильным финансовым состоянием, способностью к инновациям, эффективным использованием ресурсов, целенаправленной работой с персоналом, уровнем системы товародвижения и сервиса, имиджем фирмы»

Вывод

□ Проведенный анализ понятия «конкурентоспособность» говорит о том, что не существует общепризнанного определения исследуемого понятия. Конкуренция является многоаспектным системным понятием, которое требует рассмотрения с различных сторон и подходов. Таким образом, решение поставленной проблемы, то есть формирование стратегии повышения конкурентоспособности, зависит от правильности выбранного подхода к данному понятию.



Спасибо за
внимание!