

УДК 339.13

**Н.С. РАКОВЕЦ,**

*магистрант*

*Казанский (Приволжский) федеральный университет*

**А.Р. САФИУЛЛИН**

*доктор экономических наук, профессор*

*Казанский (Приволжский) федеральный университет*

## **МЕХАНИЗМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются и оцениваются ключевые механизмы, способствующие повышению конкурентоспособности компании в современных условиях, диктуемых рыночной экономикой. Конкуренция на сегодняшний день становится все более жесткой, и успешная работа предприятий зависит от применения эффективных стратегий и механизмов, чтобы выдержать конкурентную борьбу и достичь устойчивого положения. В рамках статьи авторы исследуют всевозможные аспекты повышения конкурентоспособности, оптимизации бизнес-процессов, повышения качества продукции или услуг, маркетинга, управления персоналом и сотрудничества с партнерами как основные инструменты для достижения высокой конкурентоспособности. Особое внимание уделено описанию конкретных методов и инструментов, которые могут быть использованы компанией для реализации каждого механизма. Данные методы являются универсальными и применимы к организации, реализующей деятельность в любой отрасли, поскольку охватывают каждую сферу ее деятельности, обеспечивая всестороннее ее развитие. Соответствующий механизм описан с помощью таблицы, в которой уделяется внимание каждому аспекту. Это позволяет читателям лучше понять, какие меры необходимо предпринять для повышения конкурентоспособности и укрепления позиций организации на рынке и обеспечения ее устойчивого роста в будущем. Результаты данной статьи могут быть полезны для предпринимателей, руководителей и менеджеров, которые стремятся повысить конкурентоспособность своей компании на рынке.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность продукции, методы повышения конкурентоспособности, конкурентная борьба, конкурентные преимущества.

На сегодняшний день разнообразие различных рынков огромно: каждый день создаются новые организации, но не все из них могут эффективно функционировать. Данный факт связан с их низкой конкурентоспособностью. Для обеспечения высокой конкурентоспособности, а соответственно, и устойчивого положения на рынке, необходимо четко обозначить цели, оперативно и эффективно использовать преимущества организации и устранить проблемы, препятствующие ей в конкурентной борьбе. Именно поэтому совершенствование имеющихся механизмов конкурентоспособности предприятия и формирование новых является важной проблемой.

Несмотря на то, что многие отечественные и зарубежные ученые рассматривали пробле-

му конкурентоспособности в своих исследованиях (табл. 1), на сегодняшний день нет четко сформулированного единого систематизированного подхода.

Конкурентоспособность предприятия это:

1) свойство объекта рыночных отношений, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения определенной потребности, по сравнению с аналогичным товаром, представленным на данном рынке, или продуктом, схожим с ним по свойствам;

2) способность использования потенциала организации для действенного применения факторов производства и возможность использования совокупности ее адаптационных и преобразовательных способностей для удовлетворения потребностей потребителей.

**Подходы различных авторов к определению термина «конкурентоспособность»**

Автор	Определение
Р.А. Фатхутдинов	Свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения конкретной потребности, по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке
М. Портер	Свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений
М.И. Гельвановский	Обладание свойствами, создающими преимущества субъекта экономического соревнования
Н.Ю. Четыркина	Способность использования потенциала организации для действенного применения факторов производства и возможность использования совокупности ее адаптационных и преобразовательных способностей
Л.М. Калашникова	Совокупность таких свойств предприятия, как система управления, качество продукции, ширина ассортимента, эффективное использование предприятием своих внутренних ресурсов, способность разработки и внедрения инноваций

Механизмы повышения конкурентоспособности предприятия могут быть различными и зависят от отрасли, в которой действует компания. Рассмотрим основные механизмы, которые используются для достижения высокой конкурентоспособности предприятия:

1. Инновации. В современном обществе инновации играют важную роль, позволяя компаниям укреплять свои позиции на рынке и развиваться. Инновации могут охватывать различные аспекты, включая продукцию, процессы производства, управление и маркетинг. Чтобы поощрять инновации на предприятии, можно использовать разнообразные методы, такие как инвестиции в научно-исследовательскую деятельность, создание специализированных отделов и инновационных центров, а также проведение конкурсов на лучшие идеи.

2. Оптимизация бизнес-процессов. Для повышения эффективности своей работы и сокращения расходов компания может использовать методы управления бизнес-процессами. Оптимизация бизнес-процессов позволяет сократить время, затрачиваемое на производство или предоставление услуг, уменьшить количество ошибок и повысить качество продукции или услуг.

3. Качество продукции или услуг. Конкурентоспособность предприятия зависит от многих факторов, включая качество продукции или

услуг. Компания может применять различные методы контроля, внедрять системы сертификации и проводить аудиты, чтобы обеспечить высокое качество своей продукции или услуг.

4. Маркетинг. Для того чтобы повысить конкурентоспособность своего бизнеса, компания может использовать различные инструменты маркетинга, такие как исследование рынка, разработка маркетинговой стратегии и продвижение товаров или услуг. Важным аспектом маркетинга является также создание уникального имиджа компании и ее продуктов или услуг на рынке – это то, что называется брендингом.

5. Управление персоналом. Компетентные и мотивированные сотрудники играют важную роль в улучшении конкурентоспособности компании. Чтобы эффективно управлять персоналом, можно применять различные инструменты, такие как система стимулирования, разработка образовательных программ и оценка результативности работы.

6. Сотрудничество с партнерами. Сотрудничество с партнерами, а именно с поставщиками и клиентами, также может являться важным аспектом в повышении конкурентоспособности предприятия. Предприятия могут выстраивать партнерские отношения, принимать участие в различных совместных проектах, развивать новые виды продукции или услуг (рис. 1).

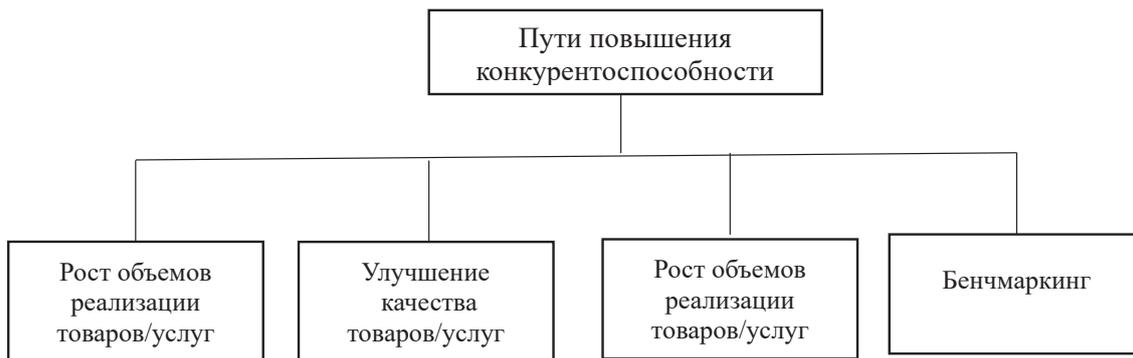


Рис. 1. Пути повышения конкурентоспособности предприятия

Основная проблема заключается в том, что большинство организаций применяют лишь один из вышеперечисленных способов, в лучшем случае прибегают к смешанному методу, который включает в себя несколько из них. Однако для грамотного повышения конкурентоспособности предприятия и последующего

ее поддержания необходимо последовательно применять каждый из вышеперечисленных методов. Кроме того, необходимо применять дополнительные универсальные способы, которые объединяются в общий механизм повышения конкурентоспособности предприятия (табл. 2).

Таблица 2

#### Авторский многоуровневый механизм повышения конкурентоспособности организации

Название уровня	Этапы уровня
Бенчмаркинг	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определение цели бенчмаркинга;</li> <li>– выбор компании для сравнения;</li> <li>– сбор данных о лучших компаниях;</li> <li>– анализ данных;</li> <li>– разработка плана действий;</li> <li>– реализация плана и контроль;</li> <li>– оценка результатов</li> </ul>
Управление качеством продукции/услуг, основанное на методологии «Шесть сигм»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определение ключевых показателей качества продукции/услуг, которые необходимо улучшить;</li> <li>– оценка текущего уровня качества и определение потенциала для его улучшения;</li> <li>– выявление причин дефектов и разработка мер для их устранения;</li> <li>– реализация мероприятий по улучшению качества продукции/услуг;</li> <li>– мониторинг и контроль за качеством продукции/услуг для поддержания достигнутых результатов;</li> <li>– систематическое повторение этого цикла для непрерывного улучшения качества продукции/услуг</li> </ul>
Уменьшение расходов	<ul style="list-style-type: none"> <li>– анализ расходов;</li> <li>– определение приоритетов, т. е. наиболее значимых расходов;</li> <li>– разработка плана уменьшения расходов;</li> <li>– реализация плана;</li> <li>– оценка эффективности</li> </ul>
Рост объемов реализации продукции	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определение нынешнего объема продаж;</li> <li>– разработка стратегии (например, создание новых продуктов или расширение географии продаж);</li> <li>– определение бюджета;</li> <li>– реализация стратегии;</li> <li>– контроль и анализ результатов</li> </ul>

Название уровня	Этапы уровня
Внедрение системы управления знаниями (Knowledge Management System, KMS)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определение потребностей в знаниях, а именно какие знания необходимы;</li> <li>– разработка стратегии (например, создание базы данных, обучение сотрудников и др.);</li> <li>– создание базы данных;</li> <li>– разработка мероприятий и методов для сбора, хранения и передачи данных (например, создание командных проектов, использование программного обеспечения и др.);</li> <li>– обучение сотрудников;</li> <li>– реализация системы управления знаниями;</li> <li>– оценка результатов</li> </ul>
Создание внутренней инкубаторной программы (Internal Incubator Program)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– изучение требований и необходимых ресурсов для их выполнения;</li> <li>– планирование стратегии (выбор формата и структуры инкубатора, распределение ресурсов и др.);</li> <li>– набор команды (из сотрудников компании или наем внешних специалистов);</li> <li>– создание инфраструктуры (например, выделение отдельного помещения, приобретение необходимого оборудования и программного обеспечения и т. д.);</li> <li>– определение проектов (разработка новых продуктов, улучшение существующих продуктов, развитие новых бизнес-направлений и т. д.);</li> <li>– разработка и реализация проектных задач</li> </ul>
Внедрение технологии «блокчейн»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– изучение технологии «блокчейн» и ее возможного применения;</li> <li>– анализ различных способов ее использования (например, применение данной технологии для улучшения процессов управления поставками, автоматизации финансовых операций и др.);</li> <li>– определение необходимых ресурсов и бюджета;</li> <li>– разработка и проведение тестирования технологии «блокчейн» (создание смарт-контрактов, разработка приложений и проверка их работоспособности на блокчейн-серверах);</li> <li>– внедрение технологии и обучение сотрудников;</li> <li>– мониторинг и поддержка процесса</li> </ul>

Вышеописанный механизм охватывает все сферы деятельности организации и является универсальным, а соответственно, подходит для предприятий, действующих на любом рынке.

### Литература

1. Демина П.Е., Толстова О.С. Конкурентоспособность организации: основные понятия, государственное регулирование, повышение конкурентоспособности // Студенческий. 2019. № 12-1 (56). С. 28–30.
2. Никитина Е.А. Взаимосвязь показателя конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности товара // Вестник Белгородского государственного технологического университета имени В.Г. Шухова. 2013. № 4. С. 125–128.
3. Смирнов Е.Н. Конкурентоспособность трудовых ресурсов предприятия в иерархии понятий конкурентоспособности // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. 2020. № 9. С. 118–121.
4. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учебное пособие. М.: Эксмо, 2004.
5. Четыркина Н.Ю. Конкурентоспособность организации как форма проявления конкурентоспособности // Наука, образование, общество: тенденции и перспективы: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 2 ч. (Москва, 31 января 2018 г.). М.: АР-Консалт, 2018. Ч. II. С. 112–115.
6. Lukovszki L., Rideg A., Sipos N. Resource-based view of innovation activity in SMEs: an empirical analysis based on the global competitiveness project // Competitiveness Review. 2020. Vol. 31. No. 3. P. 477–496.
7. Cavallo A., Sanasi S., Rangone A. Competitive intelligence and strategy formulation: connecting the dots // Competitiveness Review. 2020. Vol. 31. No. 2. P. 250–275.

8. Lanyi B., Hornyak M., Kruzsliz F. The effect of online activity on SMEs' competitiveness // *Competitiveness Review*. 2021. Vol. 31. Is. 3. P. 73–91.
9. Khalilsanjani A., Saparauskas J., Yazdani-Chamzini A., Turskis Z., Feyzbakhsh A. Developing a Model Based on Sustainable Development for Prioritizing Entrepreneurial Challenges Under a Competitive Environment // *Journal of Competitiveness*. 2021. Vol. 13. Is. 3. P. 73–91.
10. Chen J., Wei Z., Liu J., Zheng X. Technology Sharing and Competitiveness in a Stackelberg Model // *Journal of Competitiveness*. 2021. Vol. 13. Is. 3. P. 5–20.

#### Информация об авторах

**Раковец Никита Сергеевич**, магистрант, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

**E-mail:** nikita.rakove@yandex.ru

**Сафиуллин Азат Рашитович**, доктор экономических наук, профессор, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

**E-mail:** safiullin.ar@gmail.com

**N.S. RAKOVETS,**

*Master's Student*

*Kazan (Volga Region) Federal University*

**A.R. SAFIULLIN,**

*Doctor of Economic Sciences, Professor*

*Kazan (Volga Region) Federal University*

#### MECHANISMS TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

**Abstract.** This article is devoted to the development of a multi-level mechanism that will cover the activities of the organization. The article discusses the main mechanisms that can be used to increase the competitiveness of an enterprise, as well as expanded and considered from different angles the concept of competitiveness, reflects the classic ways to increase the competitiveness of an enterprise. Innovations, optimization of business processes, improvement of the quality of products or services, marketing, personnel management and cooperation with partners are described as the main tools for achieving high competitiveness. Particular attention is paid to the description of specific methods and tools that can be used by the company to implement each mechanism. These methods are universal and applicable to an organization implementing activities in any industry, since they cover each area of the enterprise's activity, respectively, ensure the comprehensive development of the organization. The results of this article may be useful for entrepreneurs, executives and managers who seek to increase the competitiveness of their company in the market.

**Keywords:** competitiveness of an enterprise, competitiveness of products, methods of increasing competitiveness, competition, competitive advantage.

#### References

1. Demina P.E., Tolstova O.S. Competitiveness of an organization: basic concepts, state regulation, increasing competitiveness // *Student*. 2019. No. 12-1 (56). P. 28–30.
2. Nikitina E.A. The relationship between the indicator of the competitiveness of the enterprise and the competitiveness of the goods // *Bulletin of the Belgorod State Technological University named after V.G. Shukhov*. 2013. No. 4. P. 125–128.
3. Smirnov E.N. Competitiveness of the labor resources of an enterprise in the hierarchy of the concepts of competitiveness // *Enterprise strategy in the context of increasing its competitiveness*. 2020. No. 9. P. 118–121.
4. Fatkhutdinov P.A. Organization competitiveness management: tutorial. M.: Eksmo, 2004.
5. Chetyrkina N.Yu. The competitiveness of an organization as a form of manifestation of competitiveness // *Science, education, society: trends and prospects: a collection of scientific papers based on the materials of the*

International Scientific and Practical Conference: in 2 parts (Moscow, January 31, 2018). M.: AR-Consult, 2018. Part II. P. 112–115.

6. *Lukovszki L., Rideg A., Sipos N.* Resource-based view of innovation activity in SMEs: an empirical analysis based on the global competitiveness project // *Competitiveness Review*. 2020. Vol. 31. No. 3. P. 477–496.

7. *Cavallo A., Sanasi S., Rangone A.* Competitive intelligence and strategy formulation: connecting the dots // *Competitiveness Review*. 2020. Vol. 31. No. 2. P. 250–275.

8. *Lanyi B., Hornyak M., Kruzsliz F.* The effect of online activity on SMEs' competitiveness // *Competitiveness Review*. 2021. Vol. 31. Is. 3.

9. *Khalilsanjani A., Saparauskas J., Yazdani-Chamzini A., Turkis Z., Feyzbakhsh A.* Developing a Model Based on Sustainable Development for Prioritizing Entrepreneurial Challenges Under a Competitive Environment // *Journal of Competitiveness*. 2021. Vol. 13. Is. 3. P. 73–91.

10. *Chen J., Wei Z., Liu J., Zheng X.* Technology Sharing and Competitiveness in a Stackelberg Model // *Journal of Competitiveness*. 2021. Vol. 13. Is. 3. P. 5–20.