

**А.А. Головин**, д-р экон. наук, проф. (*ЮЗГУ, Курск*)

**Е.Н. Костенко**, студ. (*ЮЗГУ, Курск*)

**Е.А. Полднева**, студ. (*ЮЗГУ, Курск*)

## **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Конкуренция – один из существенных признаков рынка, форма взаимного соперничества субъектов маркетинговой системы и механизм регулирования осуществленного производства. Как общественная форма взаимодействия субъектов конкуренция выступает предпосылкой реализации индивидуальных экономических интересов каждого субъекта, вовлеченного в борьбу между двумя более или менее четко обозначенными соперниками по бизнесу.

Конкурентоспособность является одной из экономических характеристик, используемых для оценки эффективности деятельности предприятий. Конкурентоспособность выпускаемой продукции является важной характеристикой деятельности предприятия.

Для оценки конкурентоспособности предприятия используются следующие показатели:

- себестоимость производства;
- рентабельность производства;
- удельный вес экспортируемой продукции в общем объеме производства [1, с. 233].

В процессе анализа показателей конкурентоспособности изучают динамику этих показателей, а также проводят сравнения с предприятиями-конкурентами.

Приведем пример расчета показателей конкурентоспособности на примере сопоставления показателей предприятия ООО «Курск-клёст» с аналогичными показателями ООО «Арбат-престиж».

Главным направлением деятельности ООО «Курск-клёст» и ООО «Арбат-престиж» является изготовление недорогой удобной, комфортной и красивой мебели, подходящей и для малометражных квартир.

Рассчитаем по каждому показателю единичный показатель конкурентоспособности ( $q_i$ ) продукта по отношению к эталону и сводный индекс конкурентоспособности каждого конкурента по потребительским показателям. Результаты представлены в таблице.

**Таблица – Определение сводного индекса конкурентоспособности по потребительским показателям**

Показатель конкурентоспособности	Индекс, $q_i$		Ранг показателя		Вес $a_i$	$q_i * a_i$	
	ООО «Курск-клёст»	ООО «Арбат-престиж»	ООО «Курск-клёст»	ООО «Арбат-престиж»		ООО «Курск-клёст»	ООО «Арбат-престиж»
1	0,6	0,4	7	5	0,7	0,42	0,28
2	1	0,8	11	9	1,1	1,1	0,88
3	0,5	1	6	11	0,6	0,03	0,6
4	0,2	0,3	2	3	0,2	0,04	0,06
5	0,3	0,4	3	4	0,3	0,09	0,12
6	0,4	0,6	5	7	0,5	0,2	0,3
7	0,9	0,7	10	8	1	0,9	0,7
8	0,7	0,5	8	6	0,8	0,56	0,4
9	0,1	0,1	1	1	0,1	0,01	0,01
10	0,4	0,3	4	2	0,4	0,16	0,12
11	0,8	0,9	9	10	0,9	0,72	0,81
Сводный индекс конкурентоспособности			66			4,5	4,28

Анализ таблицы показывает, что изделия ООО «Курск-клёст» заметно преобладает над мебелью ООО «Арбат-престиж» по следующим потребительским свойствам: возможность блокирования изделия в функциональные группы и их разделение, цвет, фактура лицевых поверхностей, удобство пользования мебелью.

Таким образом, предложенная нами система показателей и последовательность этапов оценки конкурентоспособности предприятия показала высокую эффективность, и их применение на практике позволит наиболее рационально использовать производственно-экономический потенциал предприятия.

Однако также необходимо помнить, что важным аспектом в удержании позиций предприятия на рынке относительно конкурентов является обновление производимых товаров, подготовка и организация производства новых видов продукции.

*Список источников информации*

1. Лобачева Е. Н. Экономическая теория: учебник для бакалавров / под ред. Е. Н. Лобачевой. — М. : Юрайт, 2012. – 516 с.