

*Шинкаренко А.Д.
Менеджер по продажам
ООО «ПИТОН»
Россия, г.Партизанск*

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье проанализированы определения конкурентоспособности предприятия. Выявлены факторы, ее составляющие. Для определения путей повышения конкурентоспособности предприятия SWOT-анализ на примере ООО «ПИТОН», г.Партизанск, Приморский край. Даны возможные направления эффективного развития предприятия.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: КОНКУРЕНЦИЯ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ, МНОГОУГОЛЬНИК КОНКУРЕНЦИИ

The article analyzes the definition of enterprise competitiveness . The factors that make it up are revealed. To identify ways to enhance the competitiveness of enterprises, a comparative analysis of competitors and SWOT - analysis on the example of "Python",Partizansk, Primorsky Krai. Given the possible directions of effective development of the enterprise.

KEY WORDS: COMPETITION, COMPETITIVENESS, COMPETITIVENESS ESTIMATION METHODS, COMPETITION CORRECT

Хозяйствование предприятий под воздействием действующих современных условий и рыночных механизмов внешней среды, выработало неизбежность изменений, в результате которых они становятся более сложными системами, что формирует новые требования к методам управления своей деятельностью для обеспечения их конкурентоспособности. Функционирование такой хозяйственной системы будет экономически устойчивым, когда данная система соответствует намеченной группе целей, а возможные неблагоприятные ситуации решаются в проходящих процессах деятельности за счет имеющихся ресурсов. Поэтому в настоящее время резко повышается значимость

обеспечения хозяйствующими субъектами своей конкурентоспособности и экономической устойчивости в краткосрочной и долгосрочной перспективе, так как она выступает базой, на основе которой осуществляется выработка направлений экономической политики и стратегии развития. Потому что именно конкурентоспособность определяет имеющуюся способность выдерживать конкуренцию в сравнении с характеристиками аналогичных субъектов хозяйствования на рынке.

Обеспечение эффективного функционирования различных организаций требует экономически грамотного управления их деятельностью, которое во многом определяется умением эффективно анализировать специфику функциональности и проводить ее дальнейшую реализацию в работе. Различные отрасли деятельности имеют свои специфические хозяйственные процессы и характерные особенности организации трудового процесса своих сотрудников. Правильно и своевременно построенная деятельность приводит к повышению конкурентоспособности организации, поэтому в настоящий момент именно этот аспект рассматривается как фактор повышения и улучшения показателей, формирующих конкурентоспособность субъекта хозяйствования.

Начиная с 2000-х гг. в России наблюдается подъем экономики, усилилась конкуренция между производителями, поэтому возникла настоятельная необходимость повышения конкурентоспособности предприятия. Рассмотрим основные факторы, влияющие на уровень конкурентоспособности на конкретном предприятии, а именно на примере ООО «ПИТОН» г.Партизанск, Приморский край.

Основным видом деятельности ООО «ПИТОН» является- производство пиломатериала и деревянных строительных конструкций.

Ситуация на предприятии в целом считается благополучной, что однако, не свидетельствует об отсутствии серьезных проблем в его развитии, но дает возможность судить о наличии потенциала для их решения.

Для определения путей повышения конкурентоспособности предприятия проведем SWOT-анализ и определим сильные и слабые стороны возможности и угрозы предприятия (табл. 1)

	Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
	<p>1 Высокое качество продукции</p> <p>2 Разнообразие продукции</p> <p>3 Персонал с большим опытом работы</p> <p>4 Быстрая обработка поступающих заказов</p> <p>5 Выгодные условия поставки леса</p>	<p>1 Отсутствие активных действий менеджмента</p> <p>2 Отсутствие рекламы в интернете</p> <p>3 Нет исследований маркетинговых служб</p>
Возможности (O)	<p>1 Поиск новых оптовых клиентов посредством рекламы в сети интернет</p> <p>2 Внедрение ассортимента продукции схожего с прямыми конкурентами на рынке</p> <p>3 Приобретение оборудования для изготовления других видов продукции из древесины</p>	<p>1 Занять наибольшую долю рынка, делая упор на рекламу своей продукции</p> <p>2 Увеличивать ассортимент и за счет этого снизить цену на отдельные виды продукции</p> <p>3 Изучение потребности клиентов на других рынках</p>
Угрозы (T)	<p>1 Наличие долгосрочных связей с поставщиками леса снижает вероятность изменения цены в большую сторону</p> <p>2 Сохранять постоянных клиентов за счет индивидуального подхода каждого сотрудника к производству продукта</p> <p>3 Увеличивать долю рынка за счет увеличения ассортимента продукции</p> <p>4 Увеличивать нагрузку на основные средства для создания запасов</p> <p>5 Индивидуальные условия сотрудничества под каждого оптового клиента с возможностью отсрочки платежа</p>	<p>1 Как можно чаще осведомлять покупателей о преимуществах продукции, что позволит улучшить имидж компании</p> <p>2 Удерживать постоянных покупателей от перехода к конкурентам посредством информированности о качестве</p> <p>3 За счет проведения эффективной рекламы повысить имидж компании</p>
<p>1 Выход на новые рынки</p> <p>2 Расширение ассортимента продукции из древесины, для увеличения количества заказчиков</p> <p>3 Приобретение нового оборудования</p> <p>4 Оптимизация ассортимента продукции</p>		
<p>1 Большая конкуренция</p> <p>2 Нестабильные цены на древесину и иные материалы</p> <p>3 Отсутствие единой информационной системы</p> <p>4 Ужесточение конкуренции</p> <p>5 Выход на рынок новых крупных игроков</p> <p>6 Снижение покупательской способности населения</p> <p>7 Недостаточная результативность эксплуатации потенциала предприятия</p>		

8 Оптимизация кадрового потенциала и увольнение по собственному желанию ценных для предприятия сотрудников	6 Мотивация сотрудников и карьерный рост 7 Наладить обмен информацией между сотрудниками	
9 Постоянно изменяющаяся законодательная база, регламентирующая деятельность по заготовке материалов		
10 Реклама конкурентов может сказаться на размере чистой прибыли компании		

В ходе проведенного исследования по данным таблицы 1 были выявлены отрицательные моменты, присущие деятельности ООО «ПИТОН», такие как: отсутствие активных действий менеджмента, нет качественных улучшений технологического оборудования, недостаточно конкурентоспособная продукция по сравнению с другими деревообрабатывающими предприятиями по ценовой политике, нет исследований маркетинговых служб, отсутствие единой информационной системы, неэффективная эксплуатация потенциала предприятия, недостаточная реклама и рекламная работа в интернете. Их количество значительно меньше по сравнению с сильными сторонами организации ООО «ПИТОН».

Данные таблицы 1 показывают, что ООО «ПИТОН» обладает большим количеством сильных сторон одни из главных такие как: сложившееся налаженное производство с большим опытом работы, необходимый уровень квалификации сотрудников, быстрая обработка поступающих заказов. Поэтому ООО «ПИТОН» может и имеет все возможности для того чтобы достаточно результативно реализовать свой потенциал в осуществлении производства продукции из древесины,

проводить расширение имеющегося ассортимента продукции из древесины и как следствие обеспечить увеличение количественного потока заказчиков.

Благодаря тому, что у ООО «ПИТОН» уже есть потребители на рынке близ лежащих районов, и на этом рынке уже сформировался положительный имидж организации, ООО «ПИТОН» может осваивать новые для себя рынки Приморья, а также стремится завоевывать большую долю рынка.

Кроме того, успешному продвижению продукции из древесины на новых рынках могут способствовать и такие ее сильные стороны, как достаточная производственная база и высокий уровень квалификации сотрудников, что будет способствовать завоеванию солидных клиентов, поможет выйти на более высокий уровень сбыта. Сильные стороны служат организации ООО «ПИТОН» базой и основой, на которую предприятие рассчитывает, опирается в конкурентной борьбе и которую ООО «ПИТОН» стремится расширять и укреплять.

Угрозами для ООО «ПИТОН» выступает большая конкуренция, так как рынок деревообрабатывающей продукции представляет собой совокупность многих компаний, предлагающих схожую продукцию часто по более низкой цене. Поэтому ООО «ПИТОН» приходится выживать в сложных условиях, в связи с чем, организации необходимы меры для возможности конкурировать в окружающей среде.

Также угрозами выступают нестабильные цены на древесину, ужесточение конкуренции и выход на рынок новых крупных, достаточно конкурентоспособных игроков, сезонный спрос на товар и другие факторы, выявленные в процессе исследования. Спрос на выпускаемую продукцию в течение года сильно колеблется, есть месяцы, в которых наблюдается уменьшение спроса, а также период, где проходит увеличение. Между тем сезонные колебания спроса на производимую продукцию из древесины ООО «ПИТОН» можно сгладить по средствам производства таких видов

продукции, которые могли бы заинтересовать заказчика даже во время спада спроса на основной ассортимент продукции. Кроме того, ООО «ПИТОН» может не останавливать свои производственные мощности на время спада спроса на рынке, а наоборот осуществлять производство продукции, которая будет в дальнейшем реализована на рынке Приморья.

Таким образом, подводя итоги проведенного исследования деятельности можно сделать вывод, что ООО «ПИТОН» так же как и многие другие предприятия данной сферы деятельности обладает большим количеством сильных сторон на которые предприятию необходимо обратить пристальное внимание чтобы позволить минимизировать существующие угрозы. Также имеются слабые стороны, возможности и угрозы развития. Анализ внешней и внутренней среды позволил наработать, обобщить и подытожить ряд важных выводов, которые помогут в дальнейшем развитии сильных сторон и будут служить основной платформой для выработки дальнейшей стратегии функционирования в изменяющемся формате отношений.

Для повышения конкурентоспособности предприятия с учетом особенностей современного рынка необходимо:

Поэтому ООО «ПИТОН» рекомендованы следующие мероприятия, которые повысят конкурентоспособность организации, и, как следствие, приведут в дальнейшем к повышению экономических показателей, а именно:

- запуск рекламы и создание базы товаров на интернет площадке «FarPost»
- обеспечение более низких издержек на производство и сбыт продукции путем создания безотходного производства;
- формирование рабочих обязанностей по маркетинговым исследованиям на предприятии;
- запуск таргетированной рекламы в Яндекс.Директ и GoogleAdwards;

- внедрение в работу собственного сайта с каталогом продукции из древесины

- налаживания обмена информацией между сотрудниками

- внедрения в работу индивидуального подхода к каждому клиенту.

Таким образом, повышение конкурентоспособности предприятия достигается путем ориентации предприятия на потребителя, улучшения качества продукции, внедрения инновационной политики, более качественного использования ресурсов, в том числе человеческих [1].

Своевременное регулирование, повышение конкурентоспособности предприятия являются залогом его успешного функционирования, финансовой устойчивости в будущем.

Библиографический список

1. Ример М.И., Касатов А.Д., Матиенко Н.Н. Экономическая оценка инвестиций. 3-е изд. СПб.: Питер, 2016. 480 с.