

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 332.1+339.137.22

В. С. Мешкова, канд. экон. наук

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Донецкая академия управления и государственной
службы», г. Донецк**

ОБЪЕКТИВНАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Рассмотрена объективная необходимость повышения конкурентоспособности отечественных предприятий для достижения роста экономики и уровня жизни населения, роль и влияние государства на увеличение конкурентоспособности отечественных компаний за счет реализации программы устойчивого развития. Приведена взаимосвязь между ключевыми факторами успеха и конкурентоспособностью предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность, эффективность, устойчивое развитие, предприятие, государственное регулирование, конкурентное преимущество

Постановка проблемы

Проблема повышения конкурентоспособности одна из важных задач, требующих решения на современном этапе развития экономики. Конкурентоспособность является параметром, который как можно точно показывает продуктивность хозяйственной деятельности фирмы. Действительность показывает, что разрешение проблемы увеличения конкурентоспособности фирмы является сложным вопросом для большинства организаций. Эта задача создает достаточные затруднения для фирм в современной экономике по причине отсутствия конкретных стратегий развития и повышения конкурентоспособности, экономических целей и стандартов. В современных условиях, чтоб иметь лидирующие позиции на рынке, предприятия должны постоянно обновлять технологии, в том числе цифровые, проводить маркетинговые исследования на национальных и международных рынках. Кроме того, компании должны проводить мониторинг по выявлению собственных слабых сторон и возможностей и мониторинг уязвимых сторон конкурентов. И затем определять основные направления деятельности компании по развитию и повышению конкурентоспособности.

Конкурентное преимущество, которым обладает компания на конкретном рынке, является важным фактором, определяющим конкурентную ситуацию на рынке. Под конкурентным преимуществом понимается совокупность характеристик или свойств товара, которые дают компании определенное преимущество перед ее прямыми конкурентами. Повышение конкурентоспособности фирмы может быть обеспечено благодаря постоянному совершенствованию всех составляющих конкурентоспособности.

Фирма должна уметь не только создавать конкурентные преимущества, но и правильно ими распоряжаться в перспективе, в этом случае она будет получать прибыль и вернет первоначальные вложения [1, с. 159].

Достижение конкурентных преимуществ неразрывно связано с переходом государства, отраслей и предприятий к устойчивому развитию. Для этого необходимо:

- внедрение технологий для устранения отходов и сохранения ресурсов;
- рациональное использование земельных ресурсов;
- комплексное лесопользование с учетом санитарной и культурной ценности лесов;
- добыча полезных ископаемых путем извлечения всех полезных компонентов и минимизации ущерба окружающей среде;
- рациональное использование ресурсов пресной воды путем внедрения малоотходных технологий, замкнутых циклов водопользования, минимизации забора воды из водных

источников в соответствии с экологическими стандартами и совершенствования систем очистки сточных вод.

Одним из ключевых инструментов решения стратегических задач по обеспечению устойчивого развития предприятий является повышение уровня конкурентоспособности на основе принципов проактивного управления. Конкурентная устойчивость – это параметр, позволяющий определить будущий потенциал компании на конкретном рынке, а ее динамика более точно определяет этапы жизненного цикла для проактивного реагирования и моделирования ситуации.

Важнейшими задачами по обеспечению устойчивого экономического развития являются переход на инновационные пути развития и создание высокоэффективной и социально ориентированной рыночной экономики, снижение негативного воздействия производственной деятельности на окружающую среду и повышение ее качества.

Развитие рациональных потребностей человека, т. е. разработка и распространение научно обоснованных норм и эталонов потребления товаров и услуг, имеет важное значение для устойчивого развития страны [2].

Анализ публикаций

Исследованиям конкурентоспособности компаний и методологии их оценки посвятили работы такие ученые, как Д. Мейнард Кейнс, И. Ансофф, А. Маршалл, Д. Рикардо, К. Прахалад, Ф. Найт, А. Смит и Й. Шумпетер; экономисты, такие как А. О. Курно и Э. Чемберлин внесли значительный вклад в анализ рынков с несовершенной конкуренцией.

Несмотря на многочисленные исследования, ученые так и не выработали универсального подхода к определению и оценке характера конкурентоспособности компании и методологических основ ее повышения.

Целью исследования является обоснование необходимости повышения конкурентоспособности предприятий в контексте расширения умной индустрии, рассмотрение методики оценки конкурентоспособности и способов повышения конкурентоспособности фирмы в условиях цифровизации экономики.

Основная часть

Стоит отметить, что новая экономика неразрывно связана с цифровой экономикой. Опыт развитых стран свидетельствует о том, что экономический рост может организовать рациональное использование цифровых технологий, что в свою очередь повысит эффективность и будет стимулировать инновации. Также рост цифровизации и информатизации экономики содействует повышению конкурентоспособности предприятий, организаций и отраслей. Цифровизация содействует новым возможностям для ведения бизнеса, открывая доступ к новым рынкам как внутри страны, так и за рубежом [3, с. 28].

С начала XXI века российские власти работают над цифровизацией всех сфер жизнедеятельности страны. Федеральная целевая программа «Электронная Россия» была предложена в 2002 году, далее ее сменила государственная программа «Информационное общество» в 2011 году. В то же время в 2008 году была принята Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации, а в 2017 году был запущен государственный проект «Цифровая экономика Российской Федерации» [4, с. 158–168].

При реализации программ устойчивого развития в Российской Федерации рекомендуется учитывать такие современные тенденции, как глобализация, ускорение инновационных процессов, информационные технологии, организационную трансформацию, усиление международной конкуренции и повышение конкурентоспособности отечественных предприятий и продукции.

Вовлечение компаний в конкурентную борьбу за потребителей, рынки сбыта, постав-

щиков и др. побуждает фирмы становиться лучше, оптимизировать свою деятельность и стремиться к лидерству в отрасли [5, с. 35–42].

Повышение конкурентоспособности и развитие конкурентных преимуществ в контексте развития «умной экономики» и «умной промышленности» требует скоординированного и упорядоченного поведения промышленных предприятий, постоянного наблюдения за конкурентами и выполнения принципов устойчивого экономического развития.

Умная экономика – это экономика, которая полагается на всестороннее и интегрированное преобразование всех сфер экономики на основе новых и цифровых технологий, которые обеспечивают качественную окружающую среду, энергоэффективность и социальную стабильность.

При разработке мероприятий повышения конкурентоспособности целесообразно опираться на smart-систему постановки целей (таблица 1).

Таблица 1 – Smart-система постановки целей для повышения конкурентоспособности предприятий

S	Specific	Специфический	Каких результатов в работе вы хотите достичь? Каковы ожидаемые показатели и характеристики качества?
M	Measurable	Измеряемый	Показатели количества продукции
A	Achievable	Реальный	Какие действия вам необходимо предпринять? Каков должен быть порядок этих действий, каковы приоритеты? Какие условия необходимы для достижения этой цели? Какие ресурсы необходимы для достижения этой цели?
R	Relevant	Подходящий	Важны ли цели для общего успеха?
	Realistic	Объективный	Можно ли достичь своих целей?
T	Time-framed	Установленные сроки	Какое время необходимо для достижения поставленной цели?

Конкурентоспособность в современном экономическом контексте выходит на первый план и выступает условием достижения высоких уровней устойчивого развития предприятий. Важной теорией международной конкурентоспособности является теория американского экономиста М. Портера. Он провел анализ разнообразных подходов к описанию факторов конкурентоспособности отдельных компаний и всей национальной экономики в целом и разработал типологию и ранжирование причин конкурентных преимуществ. Конкурентных преимуществ возможно добиться с помощью прогрессивных факторов, и М. Портер определяет такие факторы специализации, как цифровые базы данных, информационная инфраструктура, системы научно-исследовательских институтов и профессиональные трудовые ресурсы. По словам М. Портера специализированные факторы формируют стабильную долгосрочную перспективу для получения конкурентного преимущества [6].

В рыночных условиях конкуренцию важно изучать как объективное явление и как закон товарного хозяйства, действие которого для производителей будет являться внешним обязательным двигателем к повышению производительности труда на фирмах, ускорению НТП, увеличению масштабов производства продукции, интеграции обновленных форм организации производства и систем заработной платы [7, с. 106–113].

Для прогнозирования будущего развития организации необходимо, используя различные методы, оценить конкурентоспособность фирмы и на основании полученных результатов сформировать направления по совершенствованию ее деятельности.

Достижение высокой конкурентоспособности должно выступать одной из главных целей фирмы. Данный фактор позволит компании обеспечить прибыль и повысит репутацию

на рынке. Для этого необходимо совершенствовать процесс управления, повышать качество продукции, что в свою очередь повысит ее конкурентоспособность [8, с. 80–84].

На конкурентоспособность предпринимательской деятельности влияют условия внутренней и внешней среды.

Внешние факторы или условия можно разбить на прямые и косвенные. Конкурентов, поставщиков, акционеров, государственные учреждения и клиентов можно отнести к прямым внешним факторам.

К внешним факторам, которые оказывают косвенное влияние, можно отнести экономические, юридические, дипломатические, технические и социокультурные, а также физико-географические условия.

Определение собственной ниши в рыночной среде является первой ступенью к управлению конкурентоспособностью компании. В связи с этим возникает проблема оценки места компании среди конкурентов. Для управления конкурентоспособностью важно иметь инструменты для ее оценки. И, прежде всего, оценка должна являться не статичной, а динамичной, такой, которая поможет не только определить конкурентную роль самого предприятия, но и определить своеобразный набор факторов, с помощью которых можно скорректировать конкурентную позицию в будущем. Другими словами, оценка должна быть основным средством управления конкурентоспособностью [9, с. 395].

Оценка конкурентоспособности фирмы проводится с применением универсальных средств.

Это набор приемов и методов оценки, применение которых обуславливается деталями финансово-хозяйственной деятельности компании, особенностями отрасли и непосредственной целью оценки. Выбор методики оценки конкурентоспособности уточняется, исходя из целей устойчивого развития фирмы.

Изучение конкурентоспособности фирмы должно базироваться на категориях состоятельности, конкурентных преимуществ. Это будет способствовать формированию системы методов оценки уровня конкурентоспособности [10].

Для того, чтобы правильно оценить состояние компании, недостаточно использовать лишь один метод оценки. Необходимо сочетать различные методы, в этом случае оценка получится более точной. Кроме того, это позволит определить место компании среди конкурентов [11, с. 109].

Однако использовать одновременно все методы нецелесообразно, так как сложность, количество и сложные расчеты усложняют анализ. Необходимо определить нужные параметры для оценки конкурентоспособности и, соответственно, смоделировать конкурентоспособность фирмы [12, с. 51].

Каждому предприятию необходимо разработать свою уникальную конкурентную стратегию, которая будет зависеть от факторов внутренней и внешней среды, влияющих на данное предприятие. На основе результатов проведенной оценки управлять предприятием становится легче и продуктивнее.

Российские ученые выделяют следующие группы количественной оценки конкурентоспособности:

1. С помощью расчета показателей или коэффициентов конкурентоспособности, путем генерации показателей или коэффициентов, характеризующих отдельные элементы конкурентоспособности.
2. С помощью введения весового коэффициента для каждого фактора конкурентоспособности [13].

Достаточно важно определение не только текущей конкурентоспособности, но и потенциальной. Для этого применяется комплексный подход, который учитывает как существующее состояние предприятия, так и будущие возможности. Для решения этих задач необходимо полностью прогнозировать запросы потребителей, выявлять наиболее популярные

виды товаров и предоставлять конкурентоспособные услуги, гарантирующие финансовое процветание производителя [14, с. 18].

Выпускаемая продукция в обязательном порядке должна проходить конкурентные исследования не только на этапе разработки и создания продукта, но и на этапе внедрения. Одним из наиболее распространенных способов оценки конкурентоспособности в отечественной экономической практике является SWOT-анализ. Этот анализ позволяет компаниям выявить плюсы и минусы и выбрать конкретные действия, необходимые для улучшения экономических показателей (таблица 2).

Для того, чтобы провести данный анализ, следует определить сильные и слабые стороны, возможности развития и угрозы для фирмы. Если создать условия, то можно слабые стороны сделать сильнее, а возможности преобразовать в сильные стороны.

Таблица 2 – SWOT-анализ предприятия (пример)

Сильные стороны	Слабые стороны
– профессиональные трудовые ресурсы; – высококачественные товары; – хорошо отлаженные связи с поставщиками; – высокое качество сервиса; – скорость обработки заказов	– ограниченные финансы; – нехватка информации о конкурентах фирмы; – фирма неизвестна на рынке; – фирма имеет неудобное местоположение; – слабые маркетинговые исследования
Возможности	Угрозы
– рост профессионализма сотрудников; – совершенствование техники и технологий; – применение сопутствующих услуг; – продвижение, маркетинг	– нестабильная политическая обстановка; – появление на рынке новых компаний в этой отрасли; – рост требований к качеству товаров; – изменения в налоговом законодательстве; – снижение доходов клиентов

Оценка экономической деятельности фирмы и ее продукта может быть выполнена матричным методом. Данный метод рассматривает жизненный цикл продукта. При нем на основе системы координат строится матрица [15].

Горизонтальные линии указывают на увеличение или уменьшение объема продаж продукции, а вертикальные – на относительную долю продукции компании на рынке. Преимущество метода в том, что он позволяет точно оценить конкурентоспособность предприятия, поскольку имеется достаточная информация об объемах продаж продукции и относительной доле рынка конкурентов. К недостаткам можно отнести невозможность проанализировать, почему компании и конкуренты занимают определенную долю рынка, сложность проведения выборки для принятия бизнес-решений, необходимость получения достоверной информации и добавочные издержки на маркетинговые исследования. Достигнутое конкурентное преимущество может удерживаться такими факторами, как:

- репутация фирмы, наличие запатентованных технологий, технологическое перевооружение фирмы, наличие квалифицированного персонала;
- количество явных преимуществ, которыми обладает фирма (т. е. конкуренты могут обойти фирму по некоторым показателям, но если у фирмы много передовых показателей, она может сохранить свое лидерство);
- постоянная модернизация производства и других видов деятельности, а значит, наиболее эффективное использование производственного оборудования, трудовых, материальных и финансовых ресурсов [16, с. 25–26].

На рисунке представлена причинно-следственная взаимосвязь ключевых факторов успеха и конкурентного потенциала предприятия.



Рисунок – Причинно-следственная взаимосвязь ключевых факторов успеха и конкурентного потенциала предприятия

Конкурентные преимущества требуют наличия определенных характеристик:

- а) относительность – способность проявляться в результате сравнения отдельных конкурентных преимуществ на конкретном объекте рынка или в условиях конкуренции;
- б) динамичность – изменчивость конкурентного преимущества на этапах жизненного цикла;
- в) адаптивность – способность конкурентного преимущества приспосабливаться к изменяющимся условиям;
- г) устойчивость – способность сохранять ценность с течением времени;
- д) эффективность – достижение определенных результатов за счет использования конкурентного преимущества.

Конкурентоспособность имеет огромное значение для предприятий, и управление предпринимательской деятельностью можно приравнять к управлению конкурентоспособностью. Конкурентоспособность влияет на устойчивое развитие и находится с ним в тесной взаимосвязи. Они идут «рука об руку» и вместе повышают эффективность производства и показатели деятельности предприятий.

Большинство ученых связывают «конкурентоспособность» фирмы с наличием конкурентных преимуществ, со способностью адаптироваться к изменениям, с возможностью расширять предприятие и уметь эффективно управлять ресурсами, минимизировать затраты, обеспечивать высокое качество.

Важной составляющей экономического роста является неэнергоемкое, нематериалоемкое, другими словами эффективное, производство товаров и услуг.

Целью структурных преобразований должен выступать переход от устаревшей технической структуры к новому технологическому укладу, учитывая требования цифровизации и устойчивого развития, что будет способствовать, в свою очередь, выпуску конкурентоспособной продукции.

Развитие означает качественные изменения и обновление основных факторов производства с целью повышения эффективности его функционирования на основе совершенствования техники, технологии, системы управления.

Выводы

Многие проблемы необходимо решить при переходе компаний к концепции повышения конкурентоспособности в контексте устойчивого развития. Необходимо проводить преобразования в структуре экономики. Следует экономно и эффективно использовать сырье и топливно-энергетические ресурсы, повсеместно распространять достижения научно-технического прогресса.

Цифровые инновации влияют на показатели конкурентоспособности компаний и изменяют их. Цифровая экономика создает новые обстоятельства для совершенствования конкурентных преимуществ, приобретения экономических прибылей и усиления конкурентоспособности организаций.

Устойчивое развитие эффективно при наличии хорошо развитой структуры социальных и политических отношений и необходимой правовой базы. Граждане должны иметь доступ к обучению и труду, участвовать в развитии окружающей среды, участвовать в управлении, воздействовать на утверждение решений по применению природных ресурсов и экономическому развитию. В целом необходимо обеспечивать всем членам общества материальное, экологическое и социальное благополучие.

Список литературы

1. Шишлонова, А. А. Конкурентоспособность предприятия: принципы и методы оценки / А. А. Шишлонова. – Текст : электронный // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 1–2(83). – С. 159–161. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-predpriyatiya-printsipy-i-metody-otsenki> (дата обращения: 18.12.2024).
2. Молчанова, В. А. От умного города к городу справедливому: проблемы устойчивого развития в условиях цифровой экономики / В. А. Молчанова // Креативная экономика. – 2019. – Т. 13, № 12. – С. 2371–2386.
3. Белоусов, Ю. В. Цифровая экономика: понятие и тенденции развития / Ю. В. Белоусов. – Текст : электронный // Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2021. – № 1. – С. 26–43. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-ekonomika-ponyatie-i-tendentsii-razvitiya> (дата обращения: 17.12.2024).
4. Шуйский, В. П. Цифровизация экономики России: достижения и перспективы / В. П. Шуйский. – Текст : электронный // Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2020. – № 6. – С. 158–169. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-ekonomiki-rossii-dostizheniya-i-perspektivy> (дата обращения: 27.11.2024).
5. Капустина, Л. М. Оценка цифровой конкурентоспособности промышленных компаний / Л. М. Капустина, А. С. Миколенко, Г. С. Тимохина. – Текст : электронный // Цифровые модели и решения. – 2022. – Т. 1, № 3. – С. 35–42. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-tsifrovoy-konkurentosposobnosti-promyshlennyh-kompaniy> (дата обращения: 12.12.2024).
6. Портер, М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / М. Портер. – Москва : Альпина ПРО, 2022. – 947 с. – ISBN 978-5-9614-7084-0.
7. Ховалыг, Д. Д. Конкуренция в экономике и ее сущность, задачи и функции в современном мире / Д. Д. Ховалыг, В. Т. Ликтан. – Текст : электронный // Вестник науки. – 2023. – Т. 5, Ч. 1. – № 12(69). – С. 106–114. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentsia-v-ekonomike-i-ee-suschnost-zadachi-i-funktsii-v-sovremennom-mire> (дата обращения: 19.12.2024).
8. Сандитов, М. Д. Методы оценки конкурентоспособности предприятия / М. Д. Сандитов, Н. Э. Шабыкова. – Текст : электронный // Проблемы и перспективы развития научно-технологического пространства России : сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, Белгород, 11 июня 2020 г. – Белгород : Агентство перспективных научных исследований. – 2020. – С. 80–84. – URL: <https://apni.ru/article/878-metodi-otsenki-konkurentosposobnosti-predpr> (дата обращения: 25.11.2024).
9. Теймуров, Р. Н. Сущность управления конкурентоспособностью организации / Р. Н. Теймуров, И. Ю. Загоруйко. – Текст : электронный // Экономика и социум. – 2022. – № 3–4 (95). – С. 394–397. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-upravleniya-konkurentosposobnostyu-organizatsii> (дата обращения: 11.12.2024).

10. Экономика конкурентоспособности фирмы : учебник для обучающихся образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.01 Экономика (магистерская программа «Экономика фирмы (по видам экономической деятельности)» очной / заочной форм обучения / Т. Л. Иванова, В. С. Мешкова ; Минобрнауки ДНР, ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», Кафедра экономики предприятия. – Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2022. – 330 с.
11. Терешина, Н. П. Совершенствование методов формирования конкурентных преимуществ транспортных компаний / Н. П. Терешина, Тонг Хонг Фи, Данг Куанг Бинь. – Текст : электронный // Транспортное дело России. – 2022. – № 1. – С. 109–113. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-metodov-formirovaniya-konkurentnyh-preimuschestv-transportnyh-kompaniy> (дата обращения: 15.12.2024).
12. Драгунова, И. В. Концептуальные подходы к исследованию фирмы в условиях совершенной и несовершенной конкуренции / И. В. Драгунова, Е. В. Зотова, М. А. Скворцова. – Текст : электронный // Вестник Российского университета кооперации. – 2019. – № 4(38). – С. 45–51. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnye-podhody-k-issledovaniyu-firmy-v-usloviyah-sovershennoy-i-nesovershennoy-konkurentsii> (дата обращения: 12.12.2024).
13. Сазонов, А. А. Методы проведения оценки показателей конкурентоспособности промышленных предприятий в условиях цифровых преобразований / А. А. Сазонов, А. С. Зинченко. – Текст : электронный // Московский экономический журнал. – 2021. – № 10. – С. 648–657. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-provedeniya-otsenki-pokazateley-konkurentosposobnosti-promyshlennyh-predpriyatij-v-usloviyah-tsifrovyyh-preobrazovaniy> (дата обращения: 10.12.2024).
14. Бакатин, А. Н. Анализ методов оценки конкурентоспособности предприятия / А. Н. Бакатин. – Текст : электронный // Прогрессивная экономика. – 2021. – № 1. – С. 18–30. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-metodov-otsenki-konkurentosposobnosti-predpriyatiya-2> (дата обращения: 20.12.2024).
15. Винокур, И. Р. Методика оценки конкурентоспособности предприятия нефтегазовой отрасли на примере ПАО «ЛУКОЙЛ» / И. Р. Винокур, О. С. Лопурко. – Текст : электронный // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. – 2022. – № 2. – С. 177–190. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-otsenki-konkurentosposobnosti-predpriyatiya-neftegazovoy-otrasli-na-primere-pao-lukoil> (дата обращения: 14.12.2024).
16. Формирование конкурентной стратегии малого предприятия: теоретический подход и практическая реализация / О. И. Морозова, А. В. Семенихина, Н. С. Комиссарова, А. О. Андросова. – Текст : электронный // Журнал прикладных исследований. – 2021. – № 2–3. – С. 24–34. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-konkurentnoy-strategii-malogo-predpriyatiya-teoreticheskiy-podhod-i-prakticheskaya-realizatsiya> (дата обращения: 17.12.2024).

В. С. Мешкова

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Донецкая академия управления и государственной службы», г. Донецк
Объективная необходимость повышения конкурентоспособности отечественных предприятий**

Одним из ключевых инструментов решения стратегических задач по обеспечению устойчивого развития предприятий является повышение уровня конкурентоспособности. Конкурентная устойчивость – это параметр, позволяющий определить будущий потенциал компании на конкретном рынке, а ее динамика более точно определяет этапы жизненного цикла для реагирования и моделирования ситуации.

Конкурентоспособность страны зависит от конкурентоспособности отечественных предприятий. В настоящее время российские предприятия сталкиваются с ростом числа угроз и неопределенности при взаимодействии с зарубежными компаниями. Поэтому на первый план выходит обеспечение устойчивости и стабильности их работы, повышение конкурентоспособности на международном рынке, что повлияет на экономическое развитие страны и повышение уровня жизни населения.

Конкурентоспособность в современном экономическом контексте вышла на первый план как условие достижения устойчивого высокого уровня развития предприятий.

Как показывает практика, решение проблемы повышения конкурентоспособности вызывает большие трудности и является проблематичным для многих предприятий в современной экономической ситуации из-за отсутствия четких стратегий, финансово-экономических целей и организационных критериев. В современных условиях для успешной конкуренции компаниям необходимо не только обновлять технологию и техническое оснащение, изучать национальные и международные рынки, но и выявлять собственные возможности, слабые стороны и уязвимые места конкурентов, которые оказывают доминирующее влияние на конкурентоспособность и определяют ее основные направления.

Устойчивое повышение конкурентоспособности предприятия может быть обеспечено только в условиях долгосрочного, постоянного и поступательного совершенствования всех факторов, определяющих конкурентоспособность.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ, ПРЕДПРИЯТИЕ, ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ, КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

V. S. Meshkova
Federal State Budget Educational Institution of Higher Education
«Donetsk Academy of Management and Public Administration», Donetsk
The Objective Need to Increase the Competitiveness of Domestic Enterprises

One of the key tools for solving strategic problems in ensuring sustainable development of enterprises is to increase the level of competitiveness. The competitive sustainability is a parameter that allows us to determine the future potential of a company in a specific market, and its dynamics more accurately determine the stages of the life cycle for reacting and modelling the situation.

The competitiveness of a country depends on the competitiveness of its domestic enterprises. At present, Russian enterprises are faced with an increasing number of threats and uncertainties when interacting with foreign companies. Therefore, the priority is to ensure the sustainability and stability of their work, increasing competitiveness in the international market, which will affect the economic development of the country and improve the living standard of population.

The competitiveness in the modern economic context has come to the fore as a condition for achieving a sustainable high level of enterprise development.

As practice shows, the solution to the problem of increasing the competitiveness causes great difficulties and is problematic for many enterprises in the current economic situation due to the lack of clear strategies, financial and economic goals and organizational criteria. In modern conditions, in order to compete successfully, companies need not only to update technology and technical equipment, study national and international markets, but also identify their own capabilities, weaknesses and vulnerabilities of competitors, which have a dominant influence on the competitiveness and determine its main directions.

Sustainable increase in the competitiveness of an enterprise can be ensured only under conditions of long-term, constant and progressive improvement of all factors that determine the competitiveness.

COMPETITIVENESS, EFFICIENCY, SUSTAINABLE DEVELOPMENT, ENTERPRISE, STATE REGULATION, COMPETITIVE ADVANTAGE

Сведения об авторе:

В. С. Мешкова

SPIN-код РИНЦ: 6078-0693
 ORCID ID: 0009-0004-3483-8845
 Телефон: +7 949 407-08-63
 Эл. почта: Tviktorya05@mail.ru

Статья поступила 22.01.2025

© В. С. Мешкова, 2025

*Рецензент: Е. Г. Курган, канд. экон. наук, доц.,
 каф. «Экономическая теория и государственное
 управление» ФГБУ ВО «ДонНТУ», зам. директора
 по вопросам интеллектуальной собственности
 ФГБНУ «Институт научно-технической информации», г. Донецк*