

Список использованной литературы:

1. *Брюс Блок*. Визуальное повествование. Создание визуальной структуры фильма, ТВ и цифровых медиа/ Пер. с англ. Юлии Чиликиной; под ред. Виктора Монетова, Максима Казючица. — М.: ГИТР, 2012. —320с.:
2. *Питер Уорд*. Композиция кадра в кино и на телевидении: пер. с англ. Д. М. Демуровой, Ю. В. Волковой под ред. С. И. Ждановой – М.: ГИТР, 2005 – 196 с, илл. – Серия "Телемания"
3. *Яштолд-Говорко В. А.* Фотосъёмка и обработка. Съёмка, формулы, термины, рецепты. Изд. 4-е, сокр. — М.: «Искусство», 1977.

УДК 33.332.021

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КӘСПОРЫННЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН АРТТЫРУ ЖОЛДАРЫ WAYS TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF AN ENTERPRISE

Дюсембаева Мадина Ерлановна, Копылова Оксана Васильевна к.э.н.

СКУ имени Манаша Козыбава, Петропавловск, Казахстан

madina_7998@mail.ru, ovkopylova1975@mail.ru

Аннотация: Статья посвящена проблемам конкурентоспособности предприятий. Автором рассмотрены основные элементы конкурентоспособности предприятия и предложены мероприятия по повышению конкурентоспособности фирмы на современном этапе развития экономики.

В настоящее время конкурентоспособность предприятия является важнейшей задачей. Правительство уделяет особое внимание повышению конкурентоспособности казахстанских товаров, поступающих на мировой рынок. Таким образом, Казахстан хочет войти в 30 конкурентоспособных стран мира.

Часто понятие «конкурентоспособность предприятия» сводят к понятию «способность предприятия производить конкурентоспособный товар». Так, под конкурентоспособностью фирмы подразумевается способность использовать свои сильные стороны и концентрировать свои усилия в той области производства товаров или услуг, где она может занять лидирующие позиции на внутренних и внешних рынках.

Необходимым условием определения конкурентоспособности выступает наличие конкуренции. Конкуренция осуществляется на рынке — условном месте купли-продажи конкретного вида товара, заключения торговых сделок, которые

осуществляются в определенных по интенсивности условиях конкуренции с соблюдением этических и правовых норм и правил.

Определение конкурентоспособности предприятия — более сложный процесс, который подразумевает способность осуществлять свою деятельность в условиях рыночных отношений и получать при этом прибыль, достаточную для научно-технического совершенствования производства, стимулирования работников и поддержания качества продукции на высоком уровне.

В основе формирования конкурентоспособности предприятия лежит система его конкурентных преимуществ. На базе анализа различных подходов к классификации конкурентных преимуществ предлагается осуществлять их классификацию по следующим признакам:

- отношение к системе,
- сфера возникновения преимущества,
- содержание фактора преимущества,
- время реализации преимущества,
- место реализации преимущества,
- вид получаемого конечного результата.

Конкурентоспособность предприятия – это система не связанных друг с другом напрямую, однако влияющих друг на друга составляющих. Итогом повышения конкурентоспособности некоторые исследователи считают размер рыночной доли предприятия. Часто конкурентоспособность заложена в идеологии, миссии предприятия, в которой учтены способность и нацеленность предприятия на удовлетворение требований потребителей с низкой ценой при высоком качестве.

Обеспечение конкурентоспособности — это важная проблема, решение которой связано с совершенствованием разработки, изготовления, продажи и технического обслуживания продукции, т.е. с осуществлением целенаправленной деятельности по установлению, формированию и поддержанию требуемого уровня конкурентоспособности на всех этапах жизненного цикла продукции.

Как правило усилия направляются на достижение следующих целей:

- повышение качества;
- снижение издержек производства;
- повышение экономичности и оперативности послепродажного обслуживания;
- стимулирование маркетинговых усилий.

Особую роль в повышении конкурентоспособности играет стратегический подход в управлении конкурентоспособностью предприятия. Выделяют следующие основные стратегии:

- виолентная (силовая),
- патентная (нишевая),
- коммутантная (соединяющая),

- экспериментальная (пионерская)

Целью работы является повысить конкурентоспособность компании.

Постановка данной цели повлекла за собой необходимость решения следующих задач: определить конкурентные преимущества, выделить недостатки компании.

Конкурентоспособность – это способность субъекта хозяйствования опережать соперников с использованием своих преимуществ для достижения поставленных целей [1]. Данное понятие является одной из интегральных характеристик, которые могут быть использованы при оценивании эффективности хозяйственной деятельности представителей предпринимательского сектора. Говоря иначе, конкурентоспособность – это способность субъекта выдержать конкуренцию.

В качестве объекта исследования выбрана строительная компания – ТОО "BI URBAN CONSTRUCTION".

Главной целью управления является постоянное повышение эффективности работы организации. Управление экономической эффективностью является важной ценностью. Производственные нормы могут быть общими или специфическими. В первом случае рассматривается глобальный аспект производительности. Важно достичь максимальных результатов при минимальных затратах ресурсов.

Для оценки конкурентоспособности предприятий рассчитываются в первую очередь экономические показатели, которые также могут быть использованы для оценки эффективности системы управления. Главным из них является рентабельность, а также снижение затрат. Если при оценке обнаруживаются отклонения, то определяются конкретные причинно-следственные факторы, ведущие к нему.

ТОО «BI Group» - крупный строительный холдинг, лидер на рынке недвижимости Казахстана. Внутри холдинга есть три компании (BI Construction & Engineering ТОО, BI Development, BI Service). ТОО "BI URBAN CONSTRUCTION" относится к компании K1 BI Construction & Engineering ТОО. Проекты находятся в г.Алматы.

Компания реализует стратегические государственные объекты промышленно-гражданского, инфраструктурного назначения, крупнейшие тендерные проекты в Казахстане. Пул партнеров Компании растет с каждым годом, в числе постоянных клиентов - крупные компании ERG, Татнефть, КТЖ, Velesstroy, ТШО и другие.

Инжиниринговое направление осуществляет проекты повышенной сложности, где требуется высокий уровень качества, безопасности и управления, также ЕРС-проекты, которые подразумевают весь цикл работ, включая проектирование и закупку оборудования и материалов. Для их успешной реализации создана команда высококлассных специалистов с колоссальным

опытом в данной области. Наличие компетенций играет критическую роль и является определяющим фактором успеха компании на рынке [2].

Основные пути повышения конкурентоспособности строительного предприятия:

- рост объемов реализации продукта;
- улучшение качества выпускаемого продукта;
- уменьшение расходов;
- LEAN

Одним из способов повышения конкурентоспособности является увеличение объема реализации продукции (услуг или работ). Стоит отметить, что увеличение объемов продаж само по себе не принесет желаемых результатов, так как при этом не учитываются такие важные показатели, как сумма расходов предприятия, его прибыль и т.д. При организации производственного процесса и объемного планирования в соответствии с этим методом необходимо решить ряд задач, одной из важнейших из которых является определение объема реализации продукции, при котором будет обеспечиваться безубыточность производства.

Для того чтобы получить ясную оценку сил предприятия и ситуации на рынке можно использовать SWOT-анализ.

Методология SWOT-анализа – это чрезвычайно эффективный, доступный, дешевый способ оценки состояния проблемы и управленческой ситуации в организации. Консультанты рекомендуют проводить регулярный SWOT-анализ деятельности компании не реже одного раза в год. Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз проводится с целью изучения внешней среды бизнеса, правовых условий, сильных и слабых сторон компании и ее деятельности.

Для составления SWOT-таблицы необходимо определить слабые и сильные стороны, возможности и угрозы (таблица 1).

сильных сторон и возможностей, чтобы развиваться.

Основываясь на SWOT-анализе, мы можем предложить следующие мероприятия:

- дальнейшее повышение качества, исходя из требований потребителей, для этого:
- внедрение современных технологий;

Таблица 1 – SWOT-анализ ТОО «BI Group»

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>качество услуг гарантия сдачи объекта в срок опыт работы на рынке 25 лет высокая степень соблюдения договорных обязательств, как для субподрядчиков, так и в отношении конечных пользователей позитивный имидж компании в общественной жизни (участие в выставках, конкурсах, благотворительности) высокое качество товаров высокий рост выручки от реализации</p>	<p>нет шумоизоляции работа сверхурочно нет коммуникации между кадрами</p>
Возможности	Угрозы
<p>расширение внешнего рынка. Увеличение строительства жилья развитие корпоративных клиентов партнерство с банком или финансовой организацией для реализации строительных и финансовых проектов расширение объектов строительства коммерческой недвижимости появление новых технологий; Увеличение строительства жилья;</p>	<p>нестабильность экономики резкий рост курса евро, доллара может привести к росту цен на стройматериалы и снижению спроса высокая конкуренция уменьшение прибыли из-за увеличения себестоимости строительства (рост цен на строительные материалы); система налогообложения изменения политики поставщиков</p>
Примечание – таблица составлена автором	

Исходя из составленной матрицы, видно, что предприятие имеет достаточно использование более качественных материалов;

- уменьшение времени выполнения заказов;
- освоение новых рынков сбыта;
- расширение ассортимента услуг;

- увеличить денежных средств, в первую очередь за счет заемных средств, за счет уменьшения запасов либо за счет дополнительных собственных средств и нераспределенной прибыли, в том числе за счет сторонних инвестиций;
- продолжение повышения квалификации своих сотрудников, поощрение получения дополнительных лицензий, сертификатов;
- проведение социальной политики (предоставление своим работникам дополнительных льгот, услуг и выплат социального характера);
- увеличение внеоборотных активов путем финансовых вложений, результатов исследований и разработок, повышения нематериальных активов (получение лицензий, сертификатов);
- проведение маркетинговой политики: внедрение системы скидок и осуществление рекламной кампании (размещение информации о продукции и предприятии в СМИ);
- перенимать опыт зарубежных строительных компаний;
- оптимизация затрат путем уменьшения переменных издержки, а именно модернизации производственных процессов; применение ресурсосберегающих технологий; уменьшения прямых затрат на сырье, материалы; оптимизации количества персонала;
- уменьшение дебиторской задолженности путем персонифицирования ответственности за дебиторскую задолженность; закрепления конкретных сотрудников за каждым дебитором; контролирования динамики дебиторской задолженности, сроков погашения долгов; предусматривания штрафных санкций за невыполнение условий по оплате;
- изучение покупателей с точки зрения потребностей населения;– выявление намечающихся изменений на рынке, поиск путей реагирования– на влияние внешних факторов.

Главные преимущества компании – это ее репутация надежного партнера. Такая репутация сложилась благодаря высокому качеству и широкому ассортименту услуг, своевременной сдачи объектов и высококвалифицированному персоналу. Данные сильные стороны компании необходимо и дальше развивать для того, чтобы успешно продолжать свою деятельность на строительном рынке. Для этого необходимо продолжать повышать качество своих услуг, внедряя современных технологий, используя более качественные материалы, уменьшая время выполнения заказов. Все эти мероприятия позволят освоить новые рынки сбыта и выйти на смежный рынок.

Таким образом, мы можем разделить все предложенные нами мероприятия по повышению конкурентоспособности ТОО «VI Group» на 3 группы:

- 1) Производственные мероприятия
 - повышение уникальности предлагаемых услуг;
 - внедрение современных технологий;
 - использование более качественных материалов;

- расширение ассортимента услуг;
- освоение новых рынков сбыта;
- уменьшение времени выполнения заказов;
- заимствование опыта лидирующих компаний.

2) Маркетинговые мероприятия

- проведение рекламной политики;
- внедрение скидок и выгодных предложений.

3) Кадровые мероприятия

- повышение квалификации своих сотрудников (получения дополнительных лицензий и сертификатов);
- персонифицирование ответственности за дебиторскую задолженность;
- проведение социальной политики;
- введение системы поощрений и наказаний для сотрудников
- активная политика информирования о фирме для привлечения молодых перспективных профессионалов.

В ходе написания научной статьи были изучены: конкурентоспособность, его сущность и содержание, анализ деятельности «VI Group».

Компания растет огромными темпами. Сегодня это одна из крупнейших компаний в Казахстане. Проведя анализ, можно с уверенностью сказать, что компания сразу же решает возникшие проблемы.

Проведенные мероприятия будут способствовать повышению конкурентоспособности ТОО «VI Group».

Для достижения цели исследования было решено ряд задач.

В процессе решения задачи – изучить конкурентоспособность предприятия.

Таким образом, конкурентоспособность обеспечивает экономический рост любой компании путем рационального использования элементов своего ресурсного потенциала.

Компания растет огромными темпами. Сегодня это одна из крупнейших компаний в Казахстане. Проведя анализ сравнения, можно с уверенностью сказать, что компания не в чем не уступает другим строительным компаниям.

Список использованной литературы:

1. Шмелев А.Г. Продуктивная конкуренция. Опыт диверсификации / А.Г. Шмелев. - М.: Магистр, 2012. - 56 с.
2. Официальный сайт новостей VI Group: <https://company.bi.group> › press