**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК ОСНОВА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

***Малышева Е.А.***

*Студент*

*Хакасский технический институт – филиал СФУ, Абакан, Россия*

*E-mail: helenamin93@gmail.com*

Успешная работа предприятия невозможно без учета деятельности конкурентов, которые являются звеньями одной экономической цепи. Деятельность фирмы в условиях конкурентной борьбы- это обязательное условие рыночных отношений, определяющих эффективность той или другой организации. Конкуренция позволяет определить из большинства организаций наиболее эффективных, способных изготовлять на самом деле высококачественные и актуальные для современной жизни продукты и предложения, которые станут популярны в обществе. Вследствие этого так важно изучить конкурентов и, исходя из этого, принимать обоснованные решения в пользу увеличения конкурентоспособности отдельно взятой организации [1].

Только выявив слабые и сильные стороны конкурентов, можно правильно оценить их потенциал, цели и стратегии, собственно, что дозволит в будущем стратегически точно сосредоточиться на том направлении, где соперник слабее. И это станет правильным путем к расширению своих собственных преимуществ в конкурентной борьбе. Успешность компании обуславливается возможностью предложить товары и услуги, наиболее соответствующие требованиям рынка и потребителей. Вследствие этого необходимо принципиально уделять внимание этому много значимому нюансу фирмы, как конкурентоспособность.

Актуальность рассматриваемой темы заключается в том, что собственно все фирмы в большей или меньшей степени сталкиваются с подобной задачей как конкуренция, поэтому чтобы выжить в таких условиях, а также развиваться, необходимо анализировать сложившуюся ситуацию на рынке, а также принимать меры по проведению мероприятий для повышения конкурентоспособности предприятия.

Важным моментом в рыночной экономике считается дух соперничества, который в значительной степени определяет формы хозяйственной деятельности людей и более ярко имеет место быть в такой финансовой категории, как конкуренция. Конкуренция возникает там, где появляется дефицит спроса. [2]. Конкуренция является одним из самых действующих механизмов регулирования рыночной экономики, а также цивилизованной и легализованной формой борьбы за существование. Конкуренция в условиях рынка способствует формированию хозяйственных отношений. Конкурентоспособность фирмы -это преимущество одной фирмы по отношению к иным фирмам данной отрасли внутри страны и за ее пределами. Конкурентоспособность не считается определяющим качеством фирмы, это значит, что конкурентоспособность фирмы может быть оценена только в рамках группы фирм, относящихся к одной отрасли, либо фирм, выпускающих подобные товары. Конкурентоспособность можно выявить только в сравнении между собой данных компаний, как в масштабе страны, так и в масштабе мирового рынка.

Конкурентоспособность фирмы - понятие относительное: одна и та же фирма в рамках, например, региональной отраслевой группы может быть признана конкурентной, а в рамках сектора экономики мирового рынка или же его сегмента - нет. Оценка степени конкурентоспособности, т. е. выявление характера конкурентного преимущества компании по сравнению с другими фирмами, заключается в первую очередь в выборе базисных объектов для сравнения, другими словами, в выборе фирмы-лидера в отрасли страны или за ее пределами. Таким образом, конкурентное преимущество одной компании над другой может быть оценено в том случае, когда обе фирмы удовлетворяют одни и те же потребности покупателей, относящиеся к одинаковым сегментам рынка.

В настоящее время, для того чтобы фирма была конкурентоспособной в борьбе с ведущими фирмами, требуются совсем новые подходы к организации производства и управления, чем те, на которые руководители ориентировались в прошлом. И прежде всего новые подходы нужны в инвестиционной политике, при проведении на предприятии технической реконструкции, в процессе внедрения новой техники и технологии. Высокая конкурентоспособность предприятия является гарантом получения большой прибыли на рынке. При этом у каждой организации есть цель достичь такого уровня конкурентоспособности, который помог бы ей быть на рынке долгое время. В связи с этим перед любой фирмой появляется проблема стратегического и тактического управления развитием способности фирмы выживать в меняющихся условиях рынка. Управление конкурентоспособностью предполагает совокупность мер по систематическому совершенствованию изделия, постоянному поиску новых точек его сбыта, новых покупателей, улучшению сервиса, рекламы [3].

В современных экономических условиях деятельность каждого хозяйственного субъекта является предметом внимания обширного круга участников рыночных отношений, заинтересованных в результатах его функционирования. В связи с этим, актуальность конкурентоспособности предприятия очевидна: для того, чтобы обеспечивать выживаемость предприятия в современных условиях, управленческому персоналу необходимо, прежде всего, уметь реально оценивать финансовое состояние, как своего предприятия, так и существующих потенциальных конкурентов. Чтобы создать конкурентоспособное предприятие, необходимо не просто модернизировать производство и управление, но и четко знать, для чего это делается, какая цель должна быть достигнута.

Главным при этом должно быть одно: умение определить, быстро и эффективно использовать в конкурентной борьбе свои сравнительные преимущества. Необходимо направить все усилия на развитие тех сторон, которые отличают вас от потенциальных конкурентов.

**Литература**

1. Аверина, О.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник / О.И. Аверина, В.В. Давыдова, Н.И. Лушенкова. - М.: КноРус, 2015. - 432 c.
2. Агарков, А. П. Экономика и управление предприятия: учебник для вузов / А. П. Агарков – М.: «Дашков и К», 2016. - 400с.
3. Азоев, Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы: учебное пособие / Г. Л. Азоева, А. П. Челенкова. - М.: ОАО «Новости», 2015. - 256 с.