

Е.Л. СОЛОДКОВА, С.А. АЛЕКСАНДРОВА

Научный руководитель А.В. АЛЕКСАНДРОВ, канд. экон. наук, доц.  
Государственное учреждение высшего профессионального образования  
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Могилев, Беларусь

В эпоху глобализации и интернационализации производства единственным критерием его эффективности и востребованности выпускаемой продукции является конкурентоспособность. Конкурентоспособность предприятия – это его преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны и за ее пределами. Основой конкурентоспособности предприятия является конкурентоспособность его продукции.

Можно выделить три основных стратегических подхода к ведению конкурентной борьбы для получения конкурентных преимуществ:

- стремление иметь самые низкие в отрасли издержки производства;
- поиск путей дифференциации производимой продукции от продукции конкурентов (стратегия дифференциации);
- фокусирование на узкой части, а не на всем рынке.

Оценка конкурентоспособности РУП «Могилёвлифтмаш» показала:

- экспансия зарубежных компаний и жесткая конкуренция между постсоветскими предприятиями способствовали значительному расширению модельного ряда;
- постоянные инновации, модернизация оборудования и расширение производства стали основными предприятиями в конкурентной борьбе;
- серьезными преимуществами продукции предприятия явились: максимальное сокращение сроков монтажа лифтов, оптимальное сочетание цены и качества;
- разработана и внедрена новая стратегия в области сбыта – создание сборочных производств на базе своих торгово-сервисных центров за рубежом.

Мировой финансовый кризис не обошел стороной данное предприятие. Несмотря на снижение эффективности финансово-хозяйственной деятельности, уровень рентабельности продаж сократился незначительно.

Помимо основной, предприятие активно осваивает выпуск «смежной» продукции, что способствует повышению устойчивости его функционирования.

Сейчас перед предприятием стоит новая задача – организация сбыта в страны ЕС, что обуславливает необходимость дальнейшей работы по повышению конкурентоспособности продукции и предприятия.