

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Студент гр. 10302119 Тимков А.В.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Плясунков А.В.

Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

Конкурентоспособность предприятия – это способность предприятия быть успешным на рынке, привлекать и удерживать клиентов, обеспечивая высокое качество продукции или услуг, конкурентоспособную цену, эффективное обслуживание и инновационные решения. Это также включает в себя способность адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и конкурировать с другими игроками на рынке. Конкурентоспособность предприятия является ключевым фактором его долгосрочного успеха.

Конкурентоспособность является одним из ключевых показателей успешности предприятия на рынке. Она оценивает способность компании конкурировать с другими игроками в отрасли и удовлетворять потребности своих клиентов. Это понятие имеет несколько составляющих, каждая из которых важна для общей конкурентоспособности предприятия.

Первый и самый важный фактор конкурентоспособности - это качество продукции или услуг. Продукция должна соответствовать потребностям и ожиданиям клиентов и быть лучше или не хуже, чем у конкурентов. Качество должно быть стабильным и надежным, чтобы клиенты могли доверять компании и ее продукции. Оно также должно соответствовать стандартам качества и безопасности.

Второй фактор - ценовая политика. Цены на продукцию или услуги должны быть конкурентоспособными и соответствовать рыночным ценам. При этом компания должна учитывать свои затраты на производство и обеспечивать достаточную прибыльность. Однако, цена не должна быть единственным фактором, который определяет конкурентоспособность компании.

Третий фактор - управление ресурсами. Компания должна уметь эффективно использовать свои ресурсы, такие как трудовые, финансовые, материальные и технологические ресурсы. Управление ресурсами должно быть эффективным и оптимизированным, чтобы

компания могла достичь максимальной производительности и прибыльности.

Четвертый фактор - технологические инновации. Компания должна постоянно следить за новыми технологиями и внедрять их в свой бизнес, чтобы улучшить производительность и качество продукции или услуг. Технологические инновации также могут помочь компании снизить затраты на производство и улучшить конкурентоспособность.

Пятый фактор - способность адаптироваться к изменениям в экономической среде и удовлетворять потребности клиентов. Компания должна быть гибкой и быстрой в своих реакциях на изменения в экономической среде и потребности клиентов. Она должна также постоянно совершенствовать свои продукты или услуги, чтобы удовлетворять меняющиеся потребности клиентов [1].

Конкурентоспособность предприятия – это комплексное понятие, которое зависит от многих факторов. Каждый из этих факторов важен для общей конкурентоспособности компании. Качество продукции или услуг, ценовая политика, управление ресурсами, технологические инновации и способность адаптироваться к изменениям в экономической среде и удовлетворять потребности клиентов - все эти факторы влияют на конкурентоспособность предприятия.

Для того чтобы быть успешным на рынке, компания должна учитывать все эти факторы и стремиться к их оптимизации. Она должна постоянно совершенствовать свою продукцию и услуги, следить за изменениями в отрасли и экономической среде, и принимать быстрые решения. Только так компания сможет сохранить свою конкурентоспособность и успешно конкурировать с другими игроками на рынке [2].

Анализ показателей – это важный инструмент для оценки конкурентоспособности предприятия. Он помогает компании определить свои сильные и слабые стороны, а также оценить свою позицию на рынке в сравнении с конкурентами. Анализ показателей может быть произведен как внутренними силами компании, так и с помощью внешних экспертов.

Одним из ключевых показателей, используемых для оценки конкурентоспособности, является доля рынка. Этот показатель позволяет определить, какую долю рынка занимает предприятие в отрасли. Доля рынка может быть определена как по объему продаж,

так и по количеству клиентов. Чем больше доля рынка у предприятия, тем более конкурентоспособным оно является.

Еще один важный показатель – это прибыльность предприятия. Прибыльность определяется как соотношение прибыли к выручке. Этот показатель позволяет оценить, насколько эффективно предприятие использует свои ресурсы и как выгодно оно работает на рынке. Чем выше прибыльность предприятия, тем более конкурентоспособным оно является.

Еще один важный показатель – это уровень лояльности клиентов. Лояльность клиентов определяется как соотношение постоянных клиентов к общему числу клиентов. Чем выше уровень лояльности, тем более конкурентоспособной является компания. Высокий уровень лояльности говорит о том, что клиенты доверяют компании и ее продукции и готовы рекомендовать ее другим потребителям.

Другим важным показателем является эффективность использования ресурсов. Этот показатель позволяет оценить, насколько эффективно компания использует свои ресурсы, такие как трудовые, финансовые, материальные и технологические ресурсы. Чем более эффективно используются ресурсы, тем более конкурентоспособной является компания.

Еще одним важным показателем является инновационная активность предприятия. Этот показатель позволяет оценить, насколько компания активно внедряет новые технологии и развивает новые продукты или услуги. Чем более инновационная компания, тем более конкурентоспособной она является.

Наконец, еще одним важным показателем является уровень удовлетворенности клиентов. Этот показатель позволяет оценить, насколько довольны клиенты продукцией или услугами компании. Чем выше уровень удовлетворенности клиентов, тем более конкурентоспособным является компания [3].

В целом, анализ показателей позволяет компании оценить свою конкурентоспособность и определить стратегии развития для улучшения своей позиции на рынке. Однако, важно помнить, что каждая отрасль имеет свои специфические показатели, которые могут быть использованы для оценки конкурентоспособности. Поэтому, при анализе показателей необходимо учитывать отраслевую специфику и особенности компании.

Повышение конкурентоспособности предприятия является актуальной задачей для любой компании. Она позволяет сохранить и укрепить свои позиции на рынке, привлечь новых клиентов, увеличить прибыль и общую эффективность работы. При этом, существует множество путей повышения конкурентоспособности, которые могут быть использованы компанией в зависимости от ее специфики и возможностей.

Один из способов повышения конкурентоспособности предприятия – это развитие инновационной деятельности. Внедрение новых технологий, разработка новых продуктов и услуг, улучшение качества продукции и сервиса - все это позволяет компании выделиться на рынке и привлечь новых клиентов. Для этого необходимо инвестировать в научно-исследовательскую деятельность, укреплять связи с университетами и научными центрами, привлекать к работе экспертов и специалистов в области инноваций.

Еще одним способом повышения конкурентоспособности является улучшение качества продукции и сервиса. Компания должна стремиться к тому, чтобы ее продукция была лучше, чем у конкурентов, а обслуживание клиентов - на высоком уровне. Для этого необходимо улучшать производственные процессы, контролировать качество продукции на всех этапах производства, обучать персоналу работе с клиентами и улучшать сервис.

Еще одним важным путем повышения конкурентоспособности является оптимизация бизнес-процессов. Компания должна стремиться к тому, чтобы работать эффективнее и быстрее, уменьшая издержки и улучшая качество работы. Для этого необходимо проводить анализ бизнес-процессов, выявлять узкие места и проблемы, оптимизировать использование ресурсов и внедрять новые технологии.

Еще одним путем повышения конкурентоспособности является развитие маркетинговых стратегий. Компания должна стремиться к тому, чтобы ее продукция была узнаваемой и популярной на рынке. Для этого необходимо проводить маркетинговые исследования, выявлять потребности клиентов и разрабатывать продукцию, которая бы удовлетворяла эти потребности. Также необходимо развивать бренд компании, проводить рекламные кампании и работать с социальными сетями [4].

Наконец, еще одним важным путем повышения конкурентоспособности является работа с персоналом. Компания должна стремиться к тому, чтобы ее сотрудники были мотивированными, обученными и профессиональными. Для этого необходимо проводить тренинги и обучение персонала, создавать условия для карьерного роста и развития, а также проводить мотивационные программы.

В целом, повышение конкурентоспособности предприятия является длительным процессом, который требует внимания к многим аспектам деятельности компании. Однако, правильный выбор путей повышения конкурентоспособности может привести к значительному улучшению позиций компании на рынке и увеличению ее прибыльности [5].

Литература

1. Бабук, И. М. Экономика предприятия : учебное пособие для студентов технических специальностей / И. М. Бабук. – Минск : ИВЦ Минфина, 2006. – 326 с.
2. Скляренко, В. К. Экономика предприятия : учеб. пособие / В. К. Скляренко. – М.: Изд-во Инфра-М, 2011. – 528 с.
3. Плясунков, А. В. Конкурентоспособность предприятия и методы ее оценки / А. В. Плясунков, О. В. Передня // Наука – образованию, производству, экономике : материалы 15-й Международной научно-технической конференции. - Минск : БНТУ, 2017. - Т. 1. - С. 505.
4. Плясунков, А. В. Конкурентоспособность продукции и методы ее оценки / А. В. Плясунков, Е. С. Великода // Наука – образованию, производству, экономике : материалы 15-й Международной научно-технической конференции. - Минск : БНТУ, 2017. - Т. 1. - С. 504.
5. Душенькина, Е. А. Экономика предприятия: конспект лекций [Текст]: учеб. пособие / Е. А. Душенькина. – М.: Изд-во Эксмо, 2009. – 85 с.