

**Повышение конкурентоспособности предприятия на основе
диагностики рыночной среды**

Белоус С. Д.

Белорусский национальный технический университет

В современных рыночных условиях основным двигателем, заставляющим рынок развиваться, является конкуренция. Она стимулирует всех участников рыночных отношений и побуждает их применять различные технологии, совершенствовать процесс производства продукции, повышать качество и расширять ассортимент производимых изделий, изменять потребительские свойства товара, то есть, другими словами, повышать конкурентоспособность своей продукции, чтобы наиболее полно удовлетворить потребности целевой аудитории, и как следствие привлечь большее число потребителей и увеличить объем продаж. Без повышения конкурентоспособности невозможно развитие экономики.

Конкурентоспособность товара на рынке тем выше, чем он более привлекателен и предпочтителен для потребителя. Конкурируя с другими предприятиями, организация вынуждена постоянно совершенствоваться: повышать качество продукции, изменять маркетинговую политику, искать новые пути воздействия на потребителей, предлагать различные условия приобретения товара, оптимизировать производство для минимизации издержек и как следствие предложение потребителям товара по более низкой цене, чем у конкурентов. Результатом повышения конкурентоспособности является производство продукции с высокими потребительскими качествами по доступным ценам, которая бы удовлетворила запросы потребителей и при этом затраты на ее производство и реализацию были минимальны.

Достижение конкурентоспособности – стратегическая цель каждой организации. Чтобы решить эту задачу, нужно разработать концепцию управления конкурентоспособностью предприятия, которая является залогом успешной деятельности.

Конкурентоспособность продукции является важнейшим показателем эффективности деятельности предприятий. От нее зависит позиция предприятия на рынке, его финансовое положение. Поэтому обеспечение конкурентоспособности продукции должно занимать первостепенное значение в стратегии и тактике развития предприятия. Этому способствует наличие четкой методики оценки и планирования конкурентоспособности.