

МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Студент гр. 111902116 Вавулова П.М.

Научный руководитель – ст. преподаватель Третьякова Е.С.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

Конкурентоспособность предприятия представляет собой способность предприятия производить и реализовывать на рынке свой товар или услугу, а также умение предприятия подстраиваться под постоянно изменяющиеся факторы рынка и экономики в целом. Конкурентоспособность предприятия определяет его преимущества перед производителями аналогичной продукции на рынке.

Повышение конкурентоспособности предприятия нужно рассматривать с точки зрения ее целей, а именно экономических, коммуникационных и социальных. [1]

К методам повышения конкурентоспособности предприятия можно отнести:

1. Постоянная модернизация производства и обновление ассортимента продукции, которую выпускает предприятие. Данный метод позволяет снизить затраты на производство, уменьшить себестоимость выпускаемой продукции, а также увеличить объемы продаж за счет выпуска новых видов изделий.

2. Участие в выставках, проведение акций, активная реклама, проведение благотворительных мероприятий, сотрудничество с другими компаниями. Улучшает имидж предприятия, мнение потребителей о данном предприятии и его продукте, а также привлекает новых потребителей за счет рекомендаций других (самый распространенный метод – метод «сарафанного радио»).

3. Разработка и внедрение инноваций в производство. Характерно для больших предприятий, таких как машиностроительных, где требуется постоянное обновление ассортимента продукции, а также снижение затрат на выпуск. Производство абсолютно новых видов изделий позволяет завоевывать новые рынки сбыта продукции, а также улучшать производство за счет повышения прибыли от реализации такой продукции. [2]

4. Постоянная оценка конкурентов, рынков сбыта и спроса потребителей. Позволяет узнать, в каком направлении лучше развиваться в настоящем, на что стоит обратить внимание и решить выпуск какой продукции будет не целесообразным в перспективе.

5. Привлечение инвестиций. Позволяет осуществлять новые виды деятельности, выпускать новые виды продукции, преумножать производственные мощности, если этого требует рынок, а также заниматься разработкой инноваций и обновлением производства.

6. Улучшение условий труда работников. Работники должны быть также заинтересованы в процветании их предприятия, получение прибыли.

Перечисленные методы являются основными для повышения конкурентоспособности предприятия на действующем рынке. Однако не стоит забывать, что оценка конкурентоспособности проводится для разных предприятий по-разному, так как каждое из них осуществляет свою деятельность в определенной нише, где есть свои условия. [3]

Применение таких методов повышения конкурентоспособности предприятия позволит не только долгое время оставаться в занимаемой нише на рынке, но и расширять сферы своей деятельности, за счет получения прибыли и постоянно увеличивающемся потоку потребителей продукции.

Литература

1. Конкурентоспособность предприятия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/3988357/>
2. Баташева М. А., Баташева Э. А. Конкурентоспособность предприятия: сущность и способы ее эффективного повышения // Молодой ученый. — 2015. — №21.
3. Головачев, А. С. Конкурентоспособность организации / А.С. Головачев. – М.: Вышэйшая школа, 2015. – 907 с.