

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Н. И. Толкачѳв (МГУ имени А. А. Кулешова)

Науч. рук. *Т. И. Чегерова*,

канд. техн. наук, доцент

Конкурентоспособность – это характеристика, которую нельзя выразить односложно, в виде одного показателя. Основу ее составляют многочисленные факторы. Причем каждый из них в отдельности не дает полного представления о данном явлении. Поэтому в рыночном механизме управления субъектами хозяйствования необходимо использовать систему показателей, учитывающих особенности рыночной ситуации, специфику хозяйствующего субъекта как элемента рынка.

Методологически неразрывно связанной с решением проблемы повышения конкурентоспособности предприятия является его оценка, поскольку только на основе такой оценки могут быть сделаны выводы о степени конкурентоспособности хозяйствующего субъекта. В целях оценки конкурентоспособности компании используется целый ряд методов: анализ «слепых» зон; конкурентный анализ; анализ сегментации

покупателей; анализ покупательской ценности; анализ функциональных возможностей и ресурсов; оценка индивидуальных характеристик конкурентов; матрица экрана бизнеса General Electric; SWOT-анализ; технология бенчмаркинга. Указанная оценка является отправной точкой разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности и в то же время – критерием результативности этих мероприятий.

В данной работе исследовалась конкурентоспособность торгового предприятия ОАО «Облторгснаб» и разрабатывались пути ее повышения. При создании кампании нужно правильно выбрать товары для продажи, основываясь на главных характеристиках самих товаров и на интересах целевой аудитории. В целях повышения признания среди покупателей на предприятии можно внести следующие изменения: разработка сайта, разработка рекламной кампании, внедрение дифференцированных цен, а также внедрение специалиста по маркетингу. Реализация разработанных мероприятий позволит повысить эффективность работы предприятия на рынке, а следовательно, приведет к повышению эффективности в целом.

Литература.

1. Головачева, А.С. Конкурентоспособность организации / А.С. Головачева. – М. : Высшая школа, 2012. – 319 с.
2. Ланской, В.В. Конкурентоспособность организации / В.В. Ланской. – М. : Высшая школа, 2015. – 320 с.