

Пути повышения конкурентоспособности предприятия

Кушнерёва Дарья Андреевна

*Санкт-Петербургский политехнический университет им. Петра Великого
магистрант*

Корчагина Елена Викторовна

*Санкт-Петербургский политехнический университет им. Петра Великого
профессор Высшей школы сервиса и торговли*

Аннотация

В статье рассматривается понятие «конкурентоспособность». Рассказано, чем отличается конкурентоспособность предприятия от конкурентоспособности продукции. Так же какую роль она играет для предприятия, и какими способами можно повысить её уровень.

Ключевые слова: конкурентоспособность, спрос, конкурентное преимущество, конкуренция, потребитель, конкурент, сильные и слабые стороны компании, бенчмаркинг.

Ways to improve the competitiveness of the enterprise

Kushnareva Daria Andreevna

*Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
undergraduate*

Korchagina Elena Viktorovna

*Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
Professor of the Higher school of service and trade*

Abstract

The article deals with the concept of "competitiveness". It is told, than competitiveness of the enterprise differs from competitiveness of production. Also, what role it plays for the enterprise, and what ways you can improve its level.

Keyword: competitiveness, demand, competitive advantage, competition, consumer, competitor, strengths and weaknesses of the company, benchmarking.

Одной из важных проблем экономики является повышение уровня конкурентоспособности предприятия в любой сфере. При этом следует различать понятия «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентоспособность продукции». Конкурентоспособность предприятия – умение выгодно выпускать и реализовывать продукцию стоимостью не выше, чем у конкурентов в своей сфере, а по качеству – не ниже [2, с. 23].

Конкурентоспособность продукции – характеристики товара, отличающие его от товара-конкурента. Она зависит от трех ключевых параметров: качества, цены и обслуживания [2, с. 41].

Необходима оценка конкурентоспособности предприятия в первую очередь:

- для разработки мероприятий, которые будут направлены на её повышение;
- для разработки программ выхода предприятия на новые для него рынки сбыта;
- для совершенствования инвестиционной деятельности.

Конкурентные преимущества предприятия являются основой для формирования его конкурентоспособности. Под конкурентными преимуществами понимается совокупность индивидуальных особенностей, благодаря которым предприятие отличается от остальных в своей нише.

К ключевым конкурентным преимуществам можно отнести:

1. Новейшее техническое оснащение.
2. Доступ к более дешёвому сытью, но не уступающему качеством более дорогому.
3. Сотрудники с наиболее высокой квалификацией.
4. Использование в работе результаты НИОКР.
5. Взаимодействие со странами с близкой культурой для успешной работы предприятия в других регионах.
6. Другие. [3, с. 24]

Организация может иметь все вышеперечисленные преимущества, а может - только некоторые из них. К ведущим путям повышения уровня конкурентоспособности можно отнести:

- применение нововведений компанией;
- повышение уровня квалификации персонала;
- улучшение качества продукции;
- бенчмаркинг;
- и т. д. [1, с. 86]

Используя все упомянутые выше пункты, предприятие может увеличить свою конкурентоспособность, а также укрепить своё финансовое состояние.

Компания считается успешной, если она предлагает продукцию/услуги, которые лучше всего совпадают со спросом потребителя на соответствующем рынке. Благодаря выявлению слабых и сильны сторон компаний-конкурентов можно определить стратегию развития своей компании, чтобы развиваться в той части, где конкуренты слабее. Это один из наилучших способов увеличить свои конкурентные преимущества.

В качестве примера можно рассмотреть компанию NYX Professional MakeUp, которая занимается продажей декоративной косметики высокого качества. На данный момент это единственная компания, которая имеет свою инновационную «изюминку».

На официальном сайте NYX Professional MakeUp можно протестировать виртуальный макияж. Для того, чтобы это сделать, надо выполнить всего 3 условия:

1. Выбрать продукт, который хотелось бы примерить.
2. Включить камеру или загрузить своё фото с телефона.
3. Оценить насколько подходит косметика для пользователя.

Сделав такой шаг в сфере инноватики, компания NYX обеспечило себе довольно-таки хорошее конкурентное преимущество перед другими предприятиями, реализующими декоративную косметику.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что для успешного развития предприятия необходимо уделять пристальное внимание такому аспекту, как конкурентоспособность.

Библиографический список

1. Габибова М. Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия. Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Москва, 2015 г.). М.: Буки-Веди, 201. С. 85-87.
2. Мокронос А. Г., Маврина И. Н. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие. Екатеринбург: изд-во Урал ун-та, 2014. 194 с.
3. Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г. Основы управления конкурентоспособностью. Саратов, 2005..
4. NYX Professional MakeUp. URL: <https://nyxcosmetic.ru>. (Дата обращения: 25.10.2019).