

УКД 658.8

*Будагова С.П. студент,
2 курс, Институт Финансов Экономики и Управления,
Тольяттинский государственный университет,*

*Тольятти (Россия)
Budagova S.P. student,
2 course, Institute of Finance Economics and Management,
Togliatti State University*

Tolyatti (Russia)

СИСТЕМА КОНКУРЕНТНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация: В данной статье описывается необходимость выведения фирм на новый уровень конкурентоспособности. Существует множество методов, однако для их реализации необходимы некоторые меры для проведения более эффективной работы.

Ключевые слова: компания, конкуренция, проблема, система, анализ и походы.

THE SYSTEM OF COMPETITIVE ABILITIES OF ENTERPRISES

Annotation: This article describes the need to bring firms to a new level of competitiveness. There are many methods, however, for their implementation, which measures are necessary for more efficient work.

Keywords: company, competition, problem, system, analysis and campaigns.

Современный мир требует постоянного обновления. Это работает для всех сфер жизни населения, государства. С ростом технологий появляется все больше новых потребностей у человека, которые он разными путями стремиться удовлетворить.

Сейчас не достаточно просто открыть фирму и поставлять свою продукцию. Реклама, аналитика, учет, постоянное усовершенствование – все это необходимо даже в малом бизнесе, не говоря уже о крупных корпорациях.

Для того чтобы нам полностью раскрыть данную тему, предлагаю разобрать для начала разобрать название данной статьи. **Система** – совокупность различных частей, которые взаимосвязаны и взаимозависимы между собой и которые при совмещение образуют одно целое.

Конкурентоспособное предприятие – это компания, которая обладает некоторыми преимуществами, по отношению к фирмам, которые занимают ту же стезю и могут более полно удовлетворить конкретные потребности покупателя.

К настоящему времени ведется много разговоров, анализов по поводу того или иного подхода для улучшения конкурентоспособности предприятий, какие лучше методы использовать, однако прийти к какому-то единому решению пока не удалось. Безусловно, для наилучших результатов требуется огромная работа, от планирования и формирования некоторых управленческих решений до принятия мер. Естественно в данном вопросе не обойтись без ресурсного, маркетингового и аналитического подходов. Инновационные технологии, безусловно, важны, но за счет маркетинговых исследований и принятия правильных стратегических решений можно также вывести компанию на совершенно другой уровень.

Существует множество аспектов, например, интеграционный, виртуальный, маркетинговый, функциональный и другие, которые как раз в совокупности и представляют увеличение конкурентоспособности фирм. Из этого следует, что в данном вопросе важен не столько поверхностное решение главных вопросов, сколько регулирование и учет каждого элемента в отдельности, так как они составляют, в конечном счете, слаженную систему продвижения предприятия на рынке.

Существующие на данный момент условия на внешнем рынке определяют не только ее участники, но и государство, которое является неким путеводителем в деятельности фирм. Превосходство любой компании на мировом рынке это реальное присутствие конкуренции внутри страны. Однако

участие в борьбе за лучшее место на мировом рынке дает свой опыт, изучение новых стратегий, которыми пользуются соперники, определенных мер.

Товар сейчас должен не просто заинтересовать упаковкой, он должен обладать такими качествами, чтобы полностью удовлетворить покупателя и пристимулировать к дальнейшему пользованию. Повышение качества за счет минимальных затрат наилучший способ привлечения потребителей конкурентов. Потребители очень тщательно оценивают продукцию, сравнивают ее с конкурентами, поэтому как раз они являются немаловажным составляющим в идеальности продукта. Проведение анкетирования, различных опросов – эффективный способ повышения качества своего продукта. Таким образом, можно получить наиболее конкретную критику, которая принесет огромную пользу для улучшения определенных качеств.

Можно использовать самые различные методы повышения конкуренции, однако не стоит забывать о том, что существует ряд мероприятий, которые помогут привести к более подходящему для компании решению. И конечно, для начала необходимо оценить уровень состояния предприятия, что позволит нам определить сильные и слабые стороны, а также в каком направлении следует двигаться дальше. После чего следует обратить внимание на уже имеющихся преимуществах, которые позволяют нам перейти к следующему этапу – разработке новых способов. Также отметим, что у каждой фирмы есть свои цели, от которых не следует уходить, а наоборот, стараться разработать такой план, чтобы можно было совместить и реализацию этих стратегических целей, и продвижение по состязательной тропе.

Не стоит забывать о таком пункте, как отслеживание деятельности конкурентов. Это такой же важный пункт, как и анализ потребителей. Таким образом, можно понять, на какой ступени находятся компании-соперники, какими стратегиями они пользуются. Предприятие сможет не только внести какие-то корректировки в свою работу, но и избежать ошибок, которые были замечены при анализе других фирм.

Лидерство – одна из лучших и оптимальных позиций, которая может привести к росту. Но как его достичь? Совокупность сильных сторон дает компании добиться этого. Знание бизнеса поможет определить, что воздействует на вашу компанию, а инициативность – даст определенный опыт. Гибкость поможет узнать, насколько вы адаптированы к тем или иным условиям. Уверенность и эмоциональный интеллект приведут к быстрому решению проблемы. С помощью всех этих и не только сторон вы точно сможете обеспечить себе лидирующие позиции.

В заключение хочу сказать, что не стоит сидеть сложа руки и ждать, пока все само заработает. Пока вы просто производите, ваши конкуренты продумывают новый шаг для того, чтобы сместить вас с рынка. Анализируйте, пробуйте, побеждайте, и вы точно добьетесь того самого лидерского уровня.

Список используемой литературы:

1. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. [Электронный ресурс] Издательско-книготорговый центр «Маркетинг»./ 2002. 800 - 890 с.
2. Мансуров Р.Е. Об экономической сущности понятий "конкурентоспособность предприятия" и "управление конкурентоспособностью предприятия". [Электронный ресурс] Маркетинг в России и за рубежом. 2006. №2(52). С.91-94.
3. Тищенко А.Н. Формирование конкурентной позиции предприятия в условиях кризиса: монография. [Электронный ресурс] Харьков: Изд. дом "ИЖЗК", 2007. 355 с.
4. Фокс Дж. Рецепты успеха: Уроки бизнеса за обеденным столом. [Электронный ресурс] пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2014. – 171 с.
5. Руднев Е.А. Психология российского и международного бизнеса. [Электронный ресурс] / Монография. – М. : ИНФРА-М, 2017. – 140 с