

Бессарабова Н.В.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
otdel_duvo@nivlgu.murom.ru*

Основные направления повышения конкурентоспособности торговой организации

В условиях волнового развития экономики конкуренция выступает в качестве экономического соревнования производителей альтернативных видов продукции на рынке в связи с привлечением большего количества покупателей и получением максимального дохода на краткосрочный или долгосрочный периоды. Наряду с этим, она является активной силой развития общества, главным инструментом экономики привлеченных ресурсов, выпуском большого количества товаров, которые должны обеспечить потребности потребителей. Поэтому чрезвычайно важным, является исследование механизмов конкуренции в условиях российской экономики, управление конкурентными процессами и разработки путей повышения конкурентоспособности, способностей продукции отечественных предприятий, которые предоставят возможность поднять экономику страны на высшую ступень.

К основным способам повышения конкурентоспособности можно отнести:

- основательное изучение запросов потребителей и анализ конкурентов;
- обоснованную рекламную политику;
- создание нового вида торговли;
- модернизацию подачи товара покупателя;
- всемерное снижение затрат;
- совершенствование обслуживания.

Основными путями решения проблем, связанных с повышением конкурентоспособности предприятия, являются:

- повышение качества управления;
- совершенствование связей с внешней средой;
- внедрение (проведение) стратегического маркетинга «выхода» и «входа» организации;
- совершенствование организации инновационной деятельности;
- внедрение новых информационных технологий;
- внедрение новых финансовых и учетных технологий;
- повышение организационно-технического уровня продаж;
- развитие логистики;
- развитие тактического маркетинга.

К организационным мероприятиям, которые повышают уровень конкурентоспособности предприятия, относят:

- обеспечение приоритетности продукции;
- изменение ассортимента продукции с целью учета требований потребителя и его конкретных запросов;
- выявление недостатков товаров-аналогов, которые реализуют конкуренты;
- выявление и использования ценовых факторов повышения конкурентоспособности продукции;
- новые приоритетные сферы реализации продукции.

К основным средствам повышения конкурентоспособности можно отнести:

- обстоятельное изучение запросов потребителей и анализ конкурентов;
- обоснованная рекламная политика;
- создание нового вида торговли.

Проблема повышения конкурентоспособности и обеспечения конкурентных преимуществ предприятий в рыночных условиях является одной из наиболее актуальных на сегодняшний день. Необходимо учесть не только элементы внешней среды, влияющих на предприятие, или

имеющие с предприятием взаимное влияние, а и основанные направления основных сфер деятельности предприятия. Одним из первоочередных задач национальных предприятий, особенно в период финансовой нестабильности, является повышение уровня конкурентоспособности на национальном и международном рынках. Повышения конкурентоспособности предприятия и увеличение его доли на рынке, можно достичь с помощью таких путей:

- подать на рынок новый вид продукции;
- снизить цены на продукцию или услуги;
- через рекламу представить более привлекательный вид товара;
- продавать товар через большее количество торговых представителей и другие.

Руководство предприятия должно уметь прослеживать изменения, которые происходят в условиях хозяйствования, и проводить различные преобразования в политике ведения производства и реализации товаров.

Таковыми преобразованиями могут быть: диверсификация производства, выход на новые рынки, изменение товарной политики, изменение организационно-правового статуса предприятия, создание совместных производств, внедрение новых технологий, модернизация форм сбыта продукции.