

УДК 339.137. 21(476)

К ВОПРОСУ О ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Изосимова Т.Н., Переверзева Н.А.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республика Беларусь

Успех каждого предприятия связан с постоянным поддержанием высокого уровня конкурентоспособности. Конкурентоспособность предприятия можно определить как преимущество предприятия по отношению к иным предприятиям той же отрасли. Высокая конкурентоспособность является гарантом получения высокой прибыли в рыночных условиях, что в конечном счете является целью всякой коммерческой деятельности.

К традиционным методам повышения конкурентоспособности предприятия относятся: повышение качества выпускаемой продукции; увеличение объемов реализации; снижение себестоимости; бенчмаркинг. Эти методы уже достаточно хорошо изучены.

В настоящее время для того чтобы предприятие было конкурентоспособным в борьбе с ведущими предприятиями отрасли, необходимо искать новые подходы не только к организации производства, но и к каналам распределения и рекламе.

Биллу Гейтсу принадлежит пророческое высказывание: «Во второй декаде третьего тысячелетия мы будем иметь дело с двумя видами фирм: 1) работающими на базе или с использованием интернета и 2) разоряющимися».

Интернет сегодня – это самая большая в мире библиотека, доска объявлений, самый большой магазин. В интернете можно найти информацию о любом учреждении, предприятии, организации, фирме, о любом товаре, продукте или услуге. Практически каждое учреждение имеет собственный веб-сайт. Конкурентоспособность предприятия зависит и от того, как оно представлено в интернете.

Министерство финансов Республики Беларусь опубликовало отчет об итогах деятельности открытых акционерных обществ за первое полугодие 2013 года. По этим данным можно определить самые прибыльные и убыточные предприятия страны.

Всего в Беларуси 1933 прибыльных акционерных обществ и 333 убыточных.

Авторы проанализировали сайты предприятий Гродненской области, занимающих разные позиции в рейтинге.

ОАО «Гродно Азот» занимает 6-е место, чистая прибыль по итогам второго квартала 2013 года составила 437,51 млрд. белорусских рублей. ОАО «Гродненская табачная фабрика «Неман» занимает 7-е место с прибылью 302,7 млрд. белорусских рублей. Профессионально созданные сайты предприятий «Гродно Азот» и табачной фабрики «Неман» прекрасно оформлены, динамичны, обладают удобной навигацией, регулярно обновляются, имеют англоязычные версии.

К числу прибыльных предприятий относится и ОАО «Гродненская перчаточная фирма «Акцент», по сравнению с гигантом ОАО «Гродно Азот» – предприятие маленькое. То, что наличие сайта – требование времени, на фирме поняли давно. Сайт фирмы «Акцент» функционирует в сети Интернет не первый год. Занимается сайтом один специалист, по мере необходимости привлекается профессиональный фотограф. Вся продукция фирмы эффектно представлена на сайте, где можно детально, во всех цветовых вариантах просмотреть выпускаемые модели перчаток. На «Гродненской перчаточной фирме «Акцент» активно используется как классический, так и интернет-маркетинг. Свою продукцию в России предприятие продает через интернет-магазин.

Много интересной и полезной информации для партнеров и потребителей содержит сайт ОАО «Молочный мир», на котором организована интерактивная связь с пользователями.

«Гроднопромстрой» имеет собственный интернет-магазин.

Сайт «Конте Спа» имеет четыре языковые версии.

Авторы просмотрели сайты целого ряда успешных предприятий Гродненской области. Все они качественно выполнены, содержат актуальную информацию.

По данным Министерства финансов Республики Беларусь, к убыточным предприятиям Гродненской области по итогам первого полугодия 2013 года относятся: Гродненский комбинат строительных материалов, ОАО «Красносельскстройматериалы», ОАО «Слонимский мясокомбинат», ОАО «Лидский литейно-механический завод». Сайты этих предприятий внешне привлекательные, недостаточно часто обновляются, а некоторые, по-видимому, нечасто посещаются, поскольку содержат опечатки даже в названиях разделов.

Таким образом, наличие привлекательных интерактивных сайтов и использование интернет-маркетинга способствуют продвижению

продукции и в конечном счете повышению конкурентоспособности предприятия.