

РОЗРОБЛЕННЯ ПРОГРАМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСУ

Падалка Владислав Віталійович

здобувач вищої освіти факультету

міжнародної економіки і підприємництва

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Україна

Науковий керівник: Тимошенко Карина Віталіївна

канд. екон. наук, доцент, кафедри підприємництва і торгівлі

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Україна

У сучасному конкурентному бізнес-середовищі компанії постійно шукають шляхи вдосконалення своєї діяльності та збільшення конкурентних переваг. Тому розробка програми, яка може допомогти підприємствам підвищити свою конкурентоспроможність, є надзвичайно важливою [1]. У цій статті ми обговоримо кроки, пов'язані з розробкою такої програми, включно з визначенням ключових сфер для вдосконалення, розробкою стратегій для вирішення цих сфер, а також впровадження та оцінку програми.

Розглянемо покроково дії, які необхідно впровадити підприємству для підвищення конкурентоспроможності.

Крок 1: Визначте ключові сфери для вдосконалення

Першим кроком у розробці програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу є визначення ключових напрямків для вдосконалення. Це можна зробити за допомогою різних методів, таких як дослідження ринку, відгуки клієнтів і внутрішній аналіз. Деякі з ключових сфер, які компаніям може знадобитися вдосконалити, включають якість продукції, обслуговування клієнтів, операційну ефективність і ефективність маркетингу.

Після визначення цих ключових сфер важливо визначити їх пріоритетність на основі їх важливості для бізнесу та потенційного впливу на конкурентоспроможність. Наприклад, якщо компанія втрачає частку ринку через

низьку якість продукції, підвищення якості продукції має бути головним пріоритетом.

Крок 2: Розробіть стратегії для вирішення ключових сфер

Після визначення ключових сфер для покращення наступним кроком є розробка стратегій для їх вирішення. Це може включати розробку нових продуктів або послуг, покращення процесів обслуговування клієнтів, оптимізацію операцій або впровадження більш ефективних маркетингових кампаній.

Важливо залучити до розробки цих стратегій ключові зацікавлені сторони, включаючи співробітників, клієнтів і постачальників. Завдяки залученню цих зацікавлених сторін стратегії будуть більш ефективними та стійкими в довгостроковій перспективі.

Крок 3: Реалізація програми

Після розробки стратегій наступним кроком є впровадження програми. Це може включати навчання працівників новим процесам, інвестиції в нове обладнання чи технології або реорганізацію структури компанії.

Важливо встановити чіткі цілі та часові рамки для програми, а також донести ці цілі та часові рамки до відома всіх зацікавлених сторін. Слід надавати регулярні оновлення прогресу, щоб переконатися, що програма виконується за планом, і вирішити будь-які проблеми, які можуть виникнути [2].

Крок 4: Оцініть програму

Заключним етапом розробки програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу є оцінка ефективності програми. Це може включати відстеження ключових показників ефективності, таких як зростання доходів, частка ринку, задоволеність клієнтів і залучення співробітників.

Важливо встановити базову лінію для цих показників до впровадження програми, щоб прогрес можна було вимірювати з часом. Будь-які необхідні коригування програми мають бути внесені на основі результатів оцінки, щоб переконатися, що програма продовжує залишатися ефективною та актуальною.

Підсумовуючи, розробка програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу включає кілька ключових кроків, включаючи визначення ключових напрямів для вдосконалення, розробку стратегій для вирішення цих напрямків, реалізацію програми та оцінку її ефективності. Дотримуючись цих кроків, підприємства можуть покращити свою діяльність і збільшити свою конкурентну перевагу, що зрештою призведе до більшого успіху на ринку.

Список використаних джерел

1. Немцов В. Д. Менеджмент організацій: навч. посіб. Київ: УВПК. «ЕксОБ», 2001. 256 с.
2. Касич А. О., Глущенко Д. О. Теоретичні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. *Економіка та держава*. 2016. № 11. С. 65-70.