

А.С. Атрушкевич
Научный руководитель — **О.Г. Довыдова**
БГЭУ (Минск)

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ ДИАГНОСТИКИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

В современном быстроменяющемся мире, когда рыночная конкуренция становится все более жесткой, важнейшим условием коммерческого успеха становится постоянная диагностика конкурентной среды предприятий. В рамках работы были проанализированы различные методы диагностики, по результатам которых был разработан авторский алгоритм проведения диагностики конкурентной среды и обоснованы направления повышения конкурентоспособности ОАО «Галантэя» — крупнейшего производителя кожгалантерейных изделий в Республике Беларусь.

По проведению данной оценки было выявлено, что предприятие ОАО «Галантэя» является высококонкурентоспособным по отношению к белорусским конкурентам, также достаточно конкурентоспособным по отношению к зарубежным конкурентам, уступая им лишь в некоторых аспектах: соответствие трендам, реклама, узнаваемость бренда, особенно у молодого поколения.

SWOT-анализ ОАО «Галантэя»

Сильные стороны	Слабые стороны
1	2
Высокое качество продукции	Слабая политика продвижения
Большой опыт работы в отрасли (с 1924 г.)	Неэффективная система скидок
Преобладание классического стиля в дизайне, направленного в основном на взрослое поколение, придерживающегося данного стиля и хорошо знающего марку	Достаточно высокий объем продукции, не отвечающий современным модным тенденциям
Сплоченный коллектив, квалифицированный персонал	Неузнаваемость бренда среди молодого поколения
Высокотехнологичное оборудование	Негибкость компании, неспособность быстро реагировать на изменение потребительских предпочтений, современных тенденций
Широкий ассортимент продукции	
Достаточно высокая известность компании на белорусском рынке	
Низкая себестоимость	
Возможности	Угрозы
Быстрая сменяемость ассортимента в соответствии с модными тенденциями	Наличие большого количества конкурентов в отрасли

1	2
Техническая база для выполнения крупных заказов	Сбой поставок сырья и материалов из-за рубежа
Работа на международных рынках	Сезонные спады продаж
Расширение сети фирменной торговли	Быстрая смена модных тенденций и, соответственно, вкусов и потребностей потребителей
Внедрение новой техники и новых технологий	

Предложены следующие возможные решения снижения влияния слабых сторон и угроз: разработка успешной политики продвижения товара; создание узнаваемого имиджа компании; разработка акций и рекламных кампаний, позволяющих нивелировать сезонные спады; участие в выставках и ярмарках за рубежом для продвижения продукции и поиска новых клиентов и поставщиков; привлечение талантливых дизайнеров и модельеров к созданию кардинально новых моделей сумок согласно последним веяниям моды; поиск новых поставщиков, в том числе и белорусских.

Развиваясь в заданных направлениях, устраняя проблемные места, предприятие сможет повысить свою конкурентоспособность.

Источник

Метод SWOT-анализа в стратегическом управлении [Электронный ресурс] // Power-Branding. — Режим доступа: <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/pest/>. — Дата доступа: 26.03.2021.