

Кібець А.М.

АВТОМАТИЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ ТА РОЗРОБКА НОВИХ ПРОДУКТІВ ЯК ОСНОВНІ ВЕКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Кожна компанія в Україні й у світі шукає шляхи покращити конкурентну перевагу з метою збільшити обсяги продажів продукції, раціональних і довгострокових існує декілька шляхів: збільшувати ефективність процесів (знижуючи витратну частину) або розробляти нові більш ефективні/привабливі рішення. Іноді виробники знижують якість продукції та вартість, отримуючи цінову перевагу, цей підхід має кінцеву точку і негативно впливає на репутацію компанії.

Автоматизація процесів це неминучий процес для збереження конкурентоспроможності бізнесу. Щодня кількість операцій у світі за одну хвилину збільшується завдяки впровадженню нових технологій.

Автоматизація процесів в електронній торгівлі має кілька переваг: зниження витрат у кількості чол/годин для забезпечення роботи системи; стандартизація та якість виконання процесів; зниження залежності від людського фактора; можливість масштабування кількості операції в максимально короткі терміни.

Розробка більш ефективних продуктів або сервісів це має бути безперервний процес, якщо це не робите Ви, за Вас це зроблять конкуренти. Бізнес це змагання на швидкість по розробці, створенню та презентації споживачеві рішення їхньої потреби, виграє той хто робить це краще ніж зробили вчора.

Розробка нових рішень має кілька переваг: диференціювати продукт від конкурентів, збільшити конкурентну привабливість; збільшити відсоток чистого прибутку; задавати тренд на ринку і мати можливість залучити найкращих вмотивованих фахівців для реалізації нових ідей. [1]

Як конкурувати новим компаніям зі світовими брендами, коли бюджет у рази менший?

1. «Диференційоюся або вмирай!» - це назва книги Джека Траута.

2. Великі компанії – великі ринки.

3. Зручніше можливо зробити завжди, питання: кому це потрібно, скільки за це готові платити.

Великі компанії забезпечують найкращі пропозиції ціна/якість (мінімальний прибуток з одиниці й максимальний прибуток з обороту) для широких аудиторій споживачів. Обсяг продажів товарної групи або товару – це критично важлива вимога для успіху бізнесу. Якщо Ви починаєте бізнес і не маєте порівнянних бюджетів та інших ресурсів – Вам нема чого запропонувати споживачеві на великому ринку.

Дрібні, персоналізовані ринки, які через менший обсяг продажів і вищу маржу на одиниці товару «привабливі не насамперед» напрямки для великих компаній і можлива «основа» для бізнес-початківця. Великі компанії – це великі кити зі складною вертикаллю управління, де для запуску нового процесу необхідне планування, узгодження, регламенти, процедури тощо. Користуйтеся своїми сильними сторонами й створюйте прості та зручні рішення для Ваших клієнтів.

Література:

1. Чобіток В. І., Грабар М. В. Методи оцінки конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств. *Економічний форум. Науковий журнал Луцького національного технічного університету*. 2018. № 3. С. 175-181.

Роботу виконано під керівництвом проф. кафедри екон. та менедж. Чобіток В.І.