

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Рашидов О.Б., Козлов К.А.

Научный руководитель – Козлова Е.А., к.э.н., доцент

**Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий
г. Могилев, Беларусь**

Каждая организация в условиях рыночной экономики стремится сохранить и увеличить долю на рынке, обеспечить рост показателей производительности, постоянное повышение эффективности основной деятельности для увеличения прибыли. Главным инструментом реализации этой стратегии является конкурентоспособность.

Конкурентоспособность представляет собой соперничество между предприятиями за покупателя для обеспечения максимальной прибыли. Конкурентоспособность – это главная категория экономики, с ней отождествляется успех и эффективность ведения бизнеса, стабильность рыночных отношений.

На конкурентоспособность влияют качество и стоимость продукции. Однако в современных условиях появляется еще один важный фактор – цифровизация. Требования покупателей растут, и чтобы удовлетворить их потребности уже мало только соотношения «цена-качество», необходимо уменьшение времени на получение блага. И здесь во главу угла уже ставится доступность блага к получению: возможность быстро найти благо, сравнить с аналогами, заказать, получить в любую точку мира, получить онлайн консультацию.

Кроме того, цифровизация приводит к оптимизации расходов продавца на организацию торговой площадки: онлайн площадка стоит в разы дешевле, а охват покупательской аудитории в разы выше. Рынок в условиях цифровизации постоянно обновляется и для поддержания лидирующих позиций по категории «конкурентоспособность» необходимо осуществлять постоянный мониторинг востребованности благ покупателем. Это обеспечивается грамотным маркетингом, акциями, скидками, различными механизмами продвижения.

Широкое внедрение цифровизации является главным инструментом в конкурентной борьбе, что подтверждается успехом известных площадок: Ozon, Wildberries, AliExpress. Современный потребитель живет текущим моментом и предпочитает покупать товар online, именно поэтому в конкурентной борьбе выигрывает тот производитель, который может за максимально короткий срок предоставить покупателю необходимый товар по оптимальной цене.

Таким образом, проведенный анализ показывает, что эффективное использование цифровых технологий оказывают прямое влияние на конкурентные преимущества компаний в современных условиях.

Список использованных источников

- 1 Асаул В.В. Оценка конкурентоспособности организаций в условиях цифровой экономики / В.В. Асаул, В.А. Кощеев, Ю.А. Цветков // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – Том 10. – № 1. – С. 533-548.
- 2 Никулин Р.А. Трансформация факторов конкурентоспособности в условиях цифровой экономики / Р.А. Никулин // Вестник РУК, 2019. – №1 (35). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-faktorov-konkurentosposobnosti-v-usloviyah-tsifrovoi-ekonomiki>. – Дата доступа: 29.02.2024.