

## МЕРОПРИЯТИЯ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь

Максименко М.М., Парфенко Е.Н.

Певнева Н.А – ассистент каф. МиС

Главным фактором успеха в условиях рыночных отношений является конкурентоспособность. Конкурентоспособность может рассматриваться относительно таких объектов, как товар, предприятие, отрасль, регион, страна в целом. Важную роль в формировании конкурентоспособности страны играет конкурентоспособность отдельных предприятий. Известно, что уровень конкурентоспособности определяется большим числом факторов, соответственно, могут быть выделены и различные направления в решении этой задачи.

Для того чтобы стать конкурентоспособной компанией необходимо:

— обеспечить конкурентоспособность выпускаемой продукции в целевых сегментах рынка. Под конкурентоспособностью товара подразумевается оцененное потребителем свойство объекта превосходить в определенный момент времени по качественным и ценовым характеристикам аналоги в конкретном сегменте рынка без ущерба для производителя.

— поднять потенциал конкурентоспособности предприятия, а следовательно и его подразделений, до уровня мировых производителей в данной отрасли.

Высокая конкурентоспособность предприятия обуславливается наличием следующих трех признаков:

1) потребители довольны и готовы купить повторно продукцию этой фирмы (потребители возвращаются, а товары нет);

2) общество, акционеры, партнеры не имеют претензий к фирме;

3) работники гордятся своим участием в деятельности фирмы, а посторонние считают за честь трудиться в этой компании.

Факторы, влияющие на конкурентоспособность:

1) размер рынка — чем больше, тем сильнее конкуренты;

2) темпы роста рынка — быстрый рост облегчает проникновение на рынок;

3) мощности — излишние мощности приводят к падению цен;

4) препятствия для входа или выхода из рынка защищают позицию фирмы, их отсутствие делает рынки уязвимыми для проникновения туда неконкурентных новичков;

5) цена;

6) уровень стандартизации товаров — покупатели имеют преимущество, так как им легко переключиться с одного товара на другой;

7) мобильные технологические модули;

8) требования к размерам необходимых капитальных вложений — жесткие требования повышают риск, создают дополнительные барьеры входа — выхода;

9) вертикальная интеграция повышает требования к размерам капитала, приводит к сильным различиям в конкурентоспособности и затратах на производство интегрированных, частично интегрированных и неинтегрированных фирм;

10) экономия на масштабе — увеличивает долю рынка, необходимую для достижения конкурентоспособности товара;

11) быстрое обновление ассортимента продукции.

Стремление к повышению конкурентоспособности ориентирует на увеличение объема производства и сбыта продукции, нужной потребителю, снижение затрат на транспортировку. При развитой конкуренции этим достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей

Список использованных источников:

1. Аристо О.В. Конкуренция и конкурентоспособность: Учеб.пособие/О.В.Аристов-М: Финстанфорум, 1999.

2. Богомолова И.П. Анализ формирования категории «конкурентоспособность», как фактора рыночного превосходства экономических объектов [Электронный ресурс] / И.П. Богомолова, Е.В. Хохлов // <http://www.dis.ru/im/article.shtml?id=3548>.