



Защита реферата на тему:
Управление конкурентоспособностью
предприятия

Что такое Конкурентоспособность?

- Конкурентоспособность предприятия или фирмы – это способность успешно оперировать на конкретном рынке в данный период времени путем выпуска и реализации конкурентоспособных товаров и услуг.

- 
- Управление конкурентоспособностью организации представляет собой область знаний и профессиональной деятельности, направленных на формирование и обеспечение достижения целей по повышению конкурентоспособности организации.
 - Конкурентоспособность организации по структуре и содержанию представлена как взаимообусловленное единство двух составляющих: конкурентоспособности продукции и ресурсного потенциала организации.

Конкурентоспособность

включает:

- 1. Способность предприятия получать реальную оценку ожиданий целевой группы потребителей.
- 2. Способность организовывать производство, результаты которого будут соответствовать ожиданиям целевой группы потребителей как наиболее полезного товара по отношению цена–качество.
- 3. Способность проводить эффективную текущую маркетинговую политику.
- 4. Способность изыскивать и создавать условия для снижения затрат на производство–капиталом, рабочей силой, сырьем и материалами, энергией на единицу продаваемой
 - продукции.
- 5. Способность к созданию и удержанию технологического производства над другими членами отраслевого сообщества, что требует своевременного обновления применяемых технологий. Это может относиться к производству, сбыту, управлению.
- 6. Способность планировать, организовывать и проводить эффективную стратегию в сферах производства и маркетинга на основе инноваций.

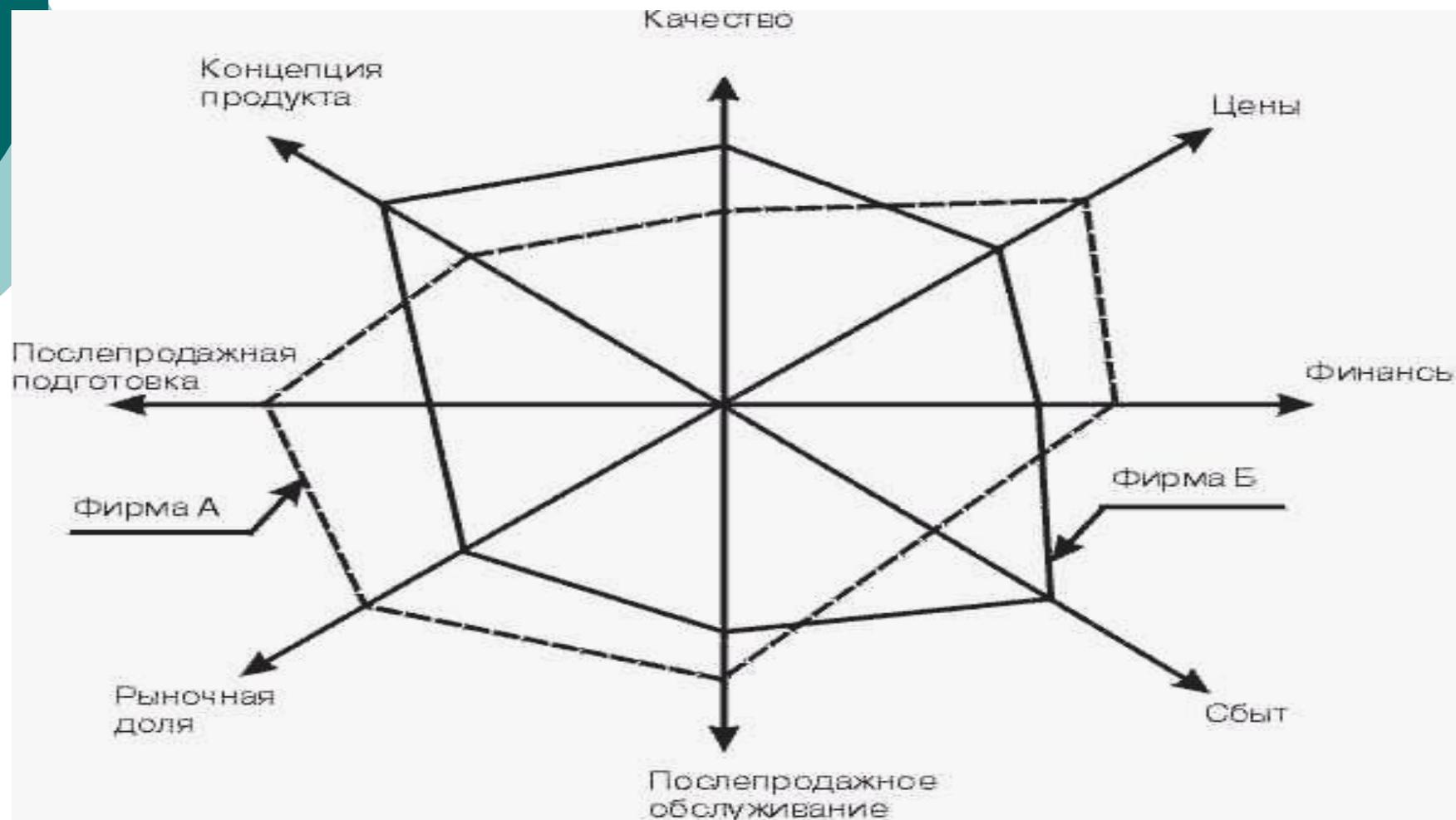
- Реализация перечисленных качеств на продолжительном временном интервале создаёт

предприятию реальные преимущества над конкурентами в виде роста его рыночной стоимости, укрепления его торговых марок, наращивание дополнительной устойчивости по отношению к неблагоприятным воздействиям внешней среды, включая атаки конкурентов

Факторы, влияющие на управление конкурентоспособностью предприятием

1. концепция товара и услуги, на которой базируется деятельность предприятия;
2. качество, выражающееся в соответствии продукта высокому уровню товаров рыночных лидеров и выявляемое путем опросов и сравнительных тестов;
3. цена товара с возможной наценкой;
4. финансы - как собственные, так и заемные;
5. торговля - с точки зрения коммерческих методов и средств деятельности;
6. послепродажное обслуживание, обеспечивающее предприятию постоянную клиентуру;
7. внешняя торговля предприятия, позволяющая ему позитивно управлять отношениями с властями, прессой и общественным мнением;
8. предпродажная подготовка, которая свидетельствует о его способности не только предвидеть запросы будущих потребителей, но и убедить их в исключительных возможностях предприятия удовлетворить эти потребности.

«МНОГОУГОЛЬНИК конкурентоспособности»



Факторы конкурентоспособности, определяющие конкурентные преимущества предприятия и фирмы отрасли, представляют в виде нескольких больших групп:

- **Людские ресурсы** - количество, квалификация и стоимость рабочей силы.
- **Физические ресурсы** - количество, качество, доступность и стоимость участков, воды, полезных ископаемых, лесных ресурсов, источников гидроэлектроэнергии, рыболовных угодий; климатические условия и географическое положение страны базирования предприятия.
- **Ресурс знаний** - сумма научной, технической и рыночной информации, влияющей на конкурентоспособность товаров и услуг и сосредоточенной в академических университетах, государственных отраслевых НИИ, частных исследовательских лабораториях, банках данных об исследованиях рынка и других источниках
- **Денежные ресурсы** - количество и стоимость капитала, который может быть использован на финансирование промышленности и отдельного предприятия.
- **Инфраструктура** - тип, качество имеющейся инфраструктуры и плата за пользование ею, влияющие на характер конкуренции.

Все факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия, М.Портер предлагает делить на:

- Основные факторы – это природные ресурсы, климатические условия, географическое положение страны, неквалифицированная и полуквалифицированная рабочая сила.
- Развитые факторы – современная инфраструктура обмена информацией, высококвалифицированные кадры (специалисты с высшим образованием, специалисты в области ЭВМ и ПК) и исследовательские отделы университетов, занимающиеся сложными, высокотехнологичными дисциплинами.

- 
- Специализированные факторы – это узкоспециализированный персонал, специфическая инфраструктура, базы данных в определенных отраслях знания, другие факторы, применяемые в одной или в ограниченном числе отраслей. Примером сейчас служит разрабатываемое по контракту специализированное программное обеспечение, а не стандартные пакеты программ общего назначения

- 
- Из сказанного выше можно сделать вывод, что в наибольшей степени ВОЗМОЖНО ПОВЫСИТЬ конкурентоспособность предприятия при наличии у него развитых и специализированных факторов. От наличия и качества их зависит уровень конкурентного преимущества и возможности его усиления.

Заключение

- В условиях рыночной экономики значение конкурентоспособности предприятия огромно. Стремление к ее управлению 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.



Спасибо

за

внимание