

Конкурентоспособность предприятия.

Конкурентоспособность предприятия - это его возможности для решения задач, стоящих перед ним в сложных условиях.

Конкурентоспособность предприятия зависит от ряда факторов:

1. **Технико-экономические факторы:** качество, продажную цену и затраты на эксплуатацию (использование) или потребление продукции или услуги.
2. **Коммерческие факторы:** определяют условия реализации товаров на конкретном рынке.
 - Конъюнктура рынка (острота конкуренции, соотношение между спросом и предложением данного товара, национальные и региональные особенности рынка, влияющие на формирование платежеспособного спроса на данную продукцию или услугу);
 - Предоставляемый сервис (наличие станций обслуживания в регионе покупателя, качество технического обслуживания, ремонта и других предоставляемых услуг);
 - Реклама (наличие и действенность рекламы и других средств воздействия на потребителя с целью формирования спроса);
 - Имидж фирмы (популярность торговой марки, репутация фирмы, компании, страны).
3. **Нормативно-правовые факторы:**
 - Требования технической, экологической и морально-этической безопасности использования товара на данном рынке
 - Патентно-правовые требования (патентной чистоты и патентной защиты). В случае несоответствия товара действующим в рассматриваемый период на данном рынке нормам и требованиям стандартов и законодательства товар не может быть продан на данном рынке.

Конкурентное преимущество – фактор, обеспечивающий победу предприятия в конкурентной борьбе.

Для достижения конкурентного преимущества предприятию необходимо разработать конкурентную стратегию.

Конкурентная стратегия – детальный план, который, который позволяет предприятию достичь конкурентных преимуществ.

Виды конкурентных стратегий:

1. **Абсолютное превосходство по издержкам** – предприятие усиленно работает над достижением минимальных издержек производства и распределения, что бы установить цену, меньшую, чем у конкурента и завладеть значительной долей рынка.
2. **Специализация** – предприятие сосредотачивает усилия на создании высокоспециализированных товаров (миниатюрные громкоговорители, лекарства по рецептам).
3. **Концентрация** – предприятие сосредотачивает усилия на качественном обслуживании определенных групп потребителей, а не всего рынка.