

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

В современных условиях конкурентоспособность предприятия на рынке является главным критерием эффективности производства и системы управления.

Конкурентоспособность предприятия и конкурентоспособность продукции –производителя продукции соотносятся между собой как часть и целое.

Возможность компании конкурировать на определённом товарном рынке непосредственно зависит от конкурентоспособности товара и совокупности показателей производственно-хозяйственной деятельности предприятия, оказывающих воздействие на результаты конкурентной борьбы.

Предприятия должны придавать большое значение анализу своих сильных и слабых сторон для оценки реальных возможностей в конкурентной борьбе и разработке мер и средств, за счёт которых предприятие могло бы повысить конкурентоспособность и обеспечить свой успех.

Для определения конкурентоспособности предприятия нет единого теоретического обоснования и статистического обеспечения. При этом каждый метод имеет как преимущества, так и недостатки.

Прогнозирование уровня конкурентоспособности позволяет обнаружить риск и принимать определённые меры для избежания отрицательных результатов. Прогнозирование путей повышения конкурентоспособности предприятия вскрывает неопределённости, раскрывает положительные и отрицательные тенденции и намечает условия, при которых обеспечивается решение поставленных задач.

Зеньков В.С., Кашникова И.В., Козека И.Е., Зорина Т.Г.
Минск

ЦЕННОСТЬ ИНФОРМАЦИИ

Маркетинг, как вид управленческой деятельности, имеет информационную природу, характеризующуюся авторепродукцией, взаимодействием своих элементов, эффектом тесноты и диффузией. Информация представляет собой способ и средство передачи и получения сведений о рынке и его действующих субъектах и является одним из элементов рыночного механизма, который наряду с ценой и полезностью влияет на состояние экономической системы.

Субъекты рынка представляют собой иерархическую самоорганизующуюся систему. На каждом иерархическом уровне системы изменение количества информации подчиняется закону, сформулированному как закон возрастания предельной полезности информации.