

МЕХАНИЗМ РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ УСТОЙЧИВОЙ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЗИЦИИ

В понятие конкуренции включается способность компании выпускать конкурентоспособную продукцию на рынке, ее преимущество по отношению к другим компаниям в отдельно взятой стране и за ее пределами. Современная конкуренция — важное явление не только для отдельной компании, но и для государства, так как уровень конкуренции положительно отражается на ее экономической интеграции. Выбор конкурентной стратегии компании определяет перспективы ее существования. От выбора той или иной конкурентной стратегии зависит дальнейший успех компании, а именно, сможет ли она добиться устойчивой и выгодной позиции на рынке и в конкурентной среде.

Сегодня под термином «конкурентная позиция» понимается положение отдельной компании относительно конкурентов. Сама позиция формируется в течение всего периода осуществления компанией конкурентных действий, которые включают в себя воздействие компании на конкурентов и воздействие конкурентов на саму компанию. В рамках данных действий и происходит формирование потенциала конкурентоспособности организации [1]. Российский исследователь Ю.Б. Рубин отмечает, что конкурентные позиции являются обобщенным выражением конкурентного положения, которое занимают компании в своей конкурентной среде и к окружению при осуществлении их деятельности [2].

Американский исследователь М. Портер отмечает, что выбор конкурентной стратегии обусловлен двумя моментами. Первый момент касается вопроса получения долгосрочной прибыльности. От выбранной отрасли будет зависеть прибыльность компании. Второй момент, по М. Портеру — это учет факторов, характерных для выбранной отрасли. Данный момент во многом определит позиции фирмы внутри выбранной отрасли. Разработка конкурентной стратегии должна учитывать оба момента [3].

Интересными являются тезисы российского исследователя Ю.Б. Рубина относительно современного определения конкурентной позиции организации. По его мнению, «собственным конкурентным позиционированием занимаются все участники рынка», что ведет к постоянному процессу достижения более выгодных или взаимовыгодных позиций в отношении друг друга [2].

Успешное конкурентное позиционирование ко всем участникам рынка позволяет компании наращивать свой конкурентный потенци-

ал, а также увеличивать масштабы своего присутствия в среде конкуренции. Наибольшую перспективность представляют те компании, которые уверенно чувствуют себя на рынке, обладают потенциалом, оказывающим влияние на окружение, в том числе на своих соперников. Их позиции называют устойчивыми [2].

Таким образом, устойчивость конкурентных позиций обеспечивается в рамках укоренения на рынке, после обретения компанией своего места. Компании с устойчивыми конкурентными позициями составляют базу, формируют стабильную конкурентную среду.

Источники

1. *Бабошин, А.В.* Конкурентные позиции субъектов предпринимательства в современной теории конкуренции / А.В. Бабошин // Современная конкуренция. — 2009. — № 2. — С. 115–128.

2. *Рубин, Ю.Б.* Конкурентные позиции участников рынка в конкурентной среде / Ю.Б. Рубин // Современная конкуренция. — 2014. — № 2. — С. 121–143.

3. *Портер, М.* Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. — 715 с.

Д.О. Саганович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **С.О. Белова**, канд. экон. наук, доцент

ОСОБЕННОСТИ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Современная хозяйственная деятельность в любом государстве сопряжена с функционированием рынка информационных технологий. Республика Беларусь не является исключением, и на сегодняшний день белорусский рынок информационных услуг переживает период активного развития.

Задачами современных правовой и экономической наук является определение особенностей государственного регулирования той или иной отрасли рынка, где необходимо учитывать, что государство, с одной стороны, является регулятором, а с другой — фактическим участником правоотношений. В обоих случаях происходит воздействие на рынок, только в первом случае оно осуществляется извне, а во втором — изнутри. Потому под государственным регулированием рынка информационных технологий можно понимать целенаправленное комплексное воздействие