

А. П. ТИТОВА

Научный руководитель Л. А. КЛИМОВА
БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Конкурентоспособность – понятие относительное, поскольку успешно конкурирующие предприятие на одних рынках будет совершенно неконкурентоспособным на других.

Оценка уровня конкуренции проводится по мировым товарным рынкам и по отдельным страновым товарным рынкам.

На мировом товарном рынке он осуществляется в два этапа.

На первом этапе дается оценка степени подверженности рынка процессам конкуренции, ее интенсивности. Анализируются следующие показатели: количество и мощность фирм-конкурентов, степень диверсификации производственно-рыночной деятельности конкурентов, изменение объема спроса, издержки работы с посредниками. Изучаются барьеры ухода с рынка и проникновения на рынок, ситуации на смежных товарных рынках, стратегии конкурентов и т.п.

На втором этапе рассматривается структура производственно-бытовых показателей деятельности конкурентов и выделяются ключевые факторы успеха их на рынке. Данные по основным конкурентам можно свести в специальные таблицы.

Оценка уровня конкуренции на отдельных страновых товарных рынках проводится также в два этапа.

На первом этапе уточняются особенности проявления факторов конкуренции в конкретных условиях отдельных стран. Для анализа берутся перспективные страны с точки зрения конкурентных условий для данного предприятия. Определяется число, мощь конкурентов, их производственные показатели и т.д. Выделяются страны с повышенным, средним и пониженным числом конкурентов, формируются выводы относительно уровня конкуренции.

На втором этапе анализа конкуренции на страновом рынке рассматривается деятельность фирм, представляющих реальную и потенциальную опасность как конкурентов для данной фирмы.

Анализ конкуренции на внешнем рынке дополняется оценкой конкурентоспособности предприятия в целом и на конкретном товарно-страновом рынке. Цель этой оценки состоит в том, чтобы, определить направления конкурентной борьбы и найти свое место на рынке. Конкурентоспособность предприятия оценивается по сравнительной рыночной доле и по лидерству фирмы в ключевых факторах успеха.