



Original Article: LA COMPETITIVITÀ DEI RIVENDITORI

Citation

Rizzo A. La competitività dei rivenditori. *Italian Science Review*. 2013; 2. PP. 3-4. Available at URL: <http://www.ias-journal.org/archive/2013/may/Rizzo.pdf>

Author

Rizzo Alessandro, lecturer, Pegaso University of Naples, Italia

Submitted: Apr 14, 2013; Accepted: May 17, 2013; Published: May 23, 2013

Come il passaggio ad una impresa di mercato, ottenendo l'indipendenza economica nella conduzione di attività industriale ed economica, l'auto a proprio rischio determina che tipo di prodotti, dove, quando, che cosa prodotti di qualità, a chi, a quali condizioni ea quale prezzo di venderlo. A questo proposito, la caratteristica più importante dei servizi e dei prodotti, è che sono competitivi. La competitività in una economia di mercato è un fattore importante nel successo commerciale dell'impresa. A sua volta, dipende dalla qualità della gestione e la competitività dei prodotti, è così che è meglio di quello analogico - prodotti fabbricati da aziende concorrenti. A livello di competitività delle imprese hanno un impatto significativo di livello scientifico e tecnologico e il grado di perfezione della tecnologia di produzione, l'uso di nuove invenzioni e scoperte, l'introduzione di moderni mezzi di automazione. L'assenza di conoscenze teoriche e pratiche necessarie di un complesso meccanismo per garantire la competitività dei prodotti e dei servizi spesso porta a gravi errori di calcolo nella determinazione dei prezzi, portando in alcuni casi a perdite significative, e, talvolta, al fallimento delle imprese. Lo sviluppo di nuove strategie per la competitività futura del nostro tempo

diventa sempre più urgente. Forte afflusso di nuove imprese e il conseguente aumento della concorrenza rende il pensiero serio esistente per quanto non a perdere parte della sua quota di mercato e ridurre i loro profitti.

Il tema di oggi è la data e sotto-sviluppato a causa del fatto che la competitività è difficile suscettibile di analisi complessa è anche difficile ottenere informazioni circa il mercato in generale, e su quale strategia seguire una o un'altra impresa, e con quali risultati.

Nelle attuali condizioni economiche di ogni impresa è il soggetto della vasta gamma di relazioni di mercato partecipanti interessati ai risultati del suo funzionamento. Pertanto, al fine di garantire la sopravvivenza dell'impresa in condizioni moderne, la gestione del personale è necessario, prima di tutto, per essere in grado di valutare realisticamente la situazione finanziaria dell'impresa, nonché i potenziali concorrenti esistenti. Il concetto di competitività è multiforme e include tutti i componenti dell'impresa, come una merce, e le sue caratteristiche principali, così come l'organizzazione, la performance finanziaria e operativa dell'impresa. La competitività delle imprese - la capacità di svolgere un business redditizio in un ambiente competitivo. E 'anche la competitività della

società implica la sua capacità di rendere efficaci i rapporti economici con clienti, fornitori e concorrenti.

Competitività dell'azienda può essere caratterizzato come un potenziale qualità delle imprese, che si compone di:

1. La capacità dell'azienda di ottenere una stima ragionevole delle aspettative del gruppo target di consumatori, nonché per monitorare le tendenze nel comportamento dei consumatori. Ciò significa che l'azienda deve poter tempestiva valutazione, obiettiva e accurata della domanda dei consumatori come nel presente, e per prevedere la tendenza futura.

2. Capacità di organizzare la produzione, i cui risultati saranno soddisfare le aspettative del gruppo target di consumatori come il prodotto più utile per il rapporto qualità-prezzo. Parlando dei risultati, intendo non solo la qualità dei beni di consumo manufatti, ma anche la qualità della sua commercializzazione (prezzo, garanzia, assistenza post-vendita, ecc.)

3. Sposobnost conduzione efficace strategia di marketing in corso.

4. La capacità di identificare e creare le condizioni per la riduzione dei costi della fornitura dei fattori di produzione - capitale, lavoro, materie prime e materiali, energia

per unità di prodotto venduto.

5. La capacità di creare e mantenere la tecnologia di produzione nel corso degli altri membri della comunità del settore, che richiede il tempestivo aggiornamento delle tecnologie utilizzate. Ciò può riguardare la produzione, la commercializzazione, la gestione.

6. Capacità di pianificare, organizzare e realizzare una strategia efficace in materia di produzione e commercializzazione sulla base di innovazione.

7. La creazione e lo sviluppo di un'elevata capacità umana sia l'esecutivo e il livello di gestione.

La competitività della società - è una caratteristica relativa che esprime le differenze della società per lo sviluppo di imprese competitive nel grado di soddisfazione dei bisogni delle persone con i loro beni e di efficienza produttiva. Competitività dell'azienda descrive le opportunità e le dinamiche del suo adattamento alle condizioni di concorrenza del mercato.

References:

1. Porter, M. E. (1998). *Clusters and the new economics of competition* (Vol. 76, pp. 77-90). Watertown: Harvard Business Review.