

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Фаюстова Т.О., студентка 3 курса
экономического факультета.
Научный руководитель – Чупахина Е.Ю.,
доцент, кандидат экономических наук
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»*

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренция, конкурентоспособность предприятия, оценка конкурентоспособности, методы оценки, пути повышения конкурентоспособности.

В данной статье автор рассматривает проблему повышения конкурентоспособности предприятия, которая в современных условиях является актуальной. Автор делает акцент на анализе конкурентоспособности и методах её оценки. Также автор рассказывает и о самих путях повышения конкурентоспособности, что является необходимым для получения максимальной прибыли.

Проблема конкурентоспособности актуальна, так как носит универсальный и всемирный характер. В современных условиях в России наблюдается усиление конкуренции между различными предприятиями, вследствие этого, руководителям приходится отслеживать результаты деятельности конкурентов, и оценивать их конкурентоспособность на рынке с помощью различных методов и искать новые пути повышения конкурентоспособности. Также в обязанности руководителя входит изучение факторов, от которых зависит конкурентоспособность предприятия, и в связи с какими факторами возможно её повышение.

Важным условием для изучения конкурентоспособности предприятия является наличие конкуренции.

Конкуренция – это экономическое состязание изготовителей одинаковых товаров на рынке за привлечение как можно боль-

шего числа покупателей и получение благодаря этому максимальной выгоды [5]. Конкуренция является важным элементом рынка. Именно из-за конкуренции на рынке растет качество товара, совершаются его модификации, услуги, предоставляемые компаниями находятся на высшем уровне, для того чтобы был спрос на них и т.п.

Конкурентоспособность предприятия – это его свойство, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке [2].

Оценка конкурентоспособности предприятия позволяет определить уровень развития данного предприятия по сравнению с уровнем развития конкурентных предприятий. Существует определенный алгоритм определения конкурентоспособности предприятия.

Начинать оценку конкурентоспособности предприятия необходимо с анализа состояния конкурентной среды. Необходимо собрать информацию о том, какие из компаний являются конкурентами, какую долю рынка занимает каждое из предприятий, а также проанализировать степень известности предприятий и уровень жизненного цикла товаров конкурентов. После анализа делаются выводы, сопоставляются результаты предприятия и конкурентов, и предлагаются дальнейшие действия. Оценка конкурентоспособности позволяет анализировать состояние предприятия, состояние предприятий конкурентов, мониторить их цены, предоставляет возможность вашему предприятию изменять цены для более высокого спроса, в связи с изменением цен конкурентов, выявлять прогнозные решения на будущее, связанные с эффективной деятельностью предприятия [4].

Существуют различные методы оценки конкурентоспособности предприятия:

- + метод оценки на базе 4P
- + метод рейтинговой оценки конкурентоспособности предприятия
- + метод позиционирования сильных и слабых сторон потенциала конкурентоспособности предприятия
- + метод, основанный на теории эффективной конкуренции

+ метод, основанный на оценке конкурентоспособности товара

Существует ещё несколько методов оценки конкурентоспособности, но основные из них перечислены выше. Стоит отметить, что метод, основанный на оценке конкурентоспособности товара, имеет одно очень важное преимущество по сравнению с остальными методами. Он учитывает наиболее важный критерий, влияющий на конкурентоспособность предприятия – конкурентоспособность товара [6].

Конкурентоспособность предприятия и конкурентоспособность продукции связаны между собой. «Конкурентоспособность предприятия – это его способность выпускать и продавать конкурентоспособные товары», – говорил А. Воронов. Недостатком этого метода является неточное определение преимуществ и недостатков в работе предприятия.

Существует несколько путей повышения конкурентоспособности предприятия:

- рост объемов реализации продукта;
- улучшение качества выпускаемого продукта;
- уменьшение расходов;
- бенчмаркинг [1].

Как уже говорилось ранее, повышение конкурентоспособности товара влияет на конкурентоспособность самого предприятия. Соответственно одним из путей является увеличение объёма изготовленной продукции, но для получения прибыли она ещё и должна быть реализована. Таким образом, следует, что нужно увеличить объём реализованной продукции. Следующим критерием является качество продукции, т.е. чем выше качество, тем больше продукция привлекает покупателей, тем выше спрос, и соответственно, предприятие будет получать максимальную прибыль. Одним из традиционных методов является уменьшение затрат на производство. Правда добиться этого достаточно трудно, требуется определенный комплекс мер. Ещё одним эффективным методом является изучение опыта и деятельности конкурентов для построения наиболее эффективной модели развития, что называется бенчмаркинг [2, 3].

Максимальная выгода предприятием достигается благодаря его конкурентоспособности на рынке. Благодаря оценке конку-

рентоспособности определяется уровень предприятия по сравнению с конкурентами. Для повышения конкурентоспособности разрабатываются специальные мероприятия, направленные либо на повышение качества товара, либо на внедрение продукта в новую сферу, либо на продвижение товара, либо на всё вместе.

Библиографический список:

1. Болотная, О.В. Маркетинговые инструменты повышения конкурентоспособности предприятия в условиях кризиса / О.В. Болотная // Бизнес Информ. – 2013. – № 5. – С. 333 – 337.

2. Гильмитдинов, Ш.Г. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе использования комплексного показателя / Ш.Г. Гильмитдинов // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 1. – С. 121 – 123.

3. Заярная, И.А. Управление повышением конкурентоспособности предприятия / И.А. Заярная // Проблемы и перспективы экономики управления: материалы международной научной конференции. – 2012. – С. 172 – 174.

4. Лапин, А.Е. Управление формированием конкурентных преимуществ в Аграрном секторе Российской экономики / А.Е. Лапин, Г.В. Лапшина // Вестник Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии. – 2008. – № 2. – С. 61 – 64.

5. Мискеевич, Е.В. Оценка конкурентоспособности предприятия (на материалах ОАО «Ивацевичдрев») / Е.В. Мискеевич // Основы экономики, управления и права. – 2013. – № 2 (8). – С. 75 – 78.

6. Пострелова, А. В. Оценка конкурентоспособности предприятия / А.В. Пострелова, М.С. Маркин // Молодой ученый. – 2013. – № 6. – С. 398 – 402.

7. Щербакова, Л.В. Современные подходы к оценке конкурентоспособности предприятия / Л.В. Щербакова, В.Р. Тугушева // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского. – 2012. – № 28. – С. 628 – 633.

METHODS OF AN ASSESSMENT AND WAY OF INCREASE OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Fayustova T.O., Chupakhina E.Y.

Keywords: *competitiveness, competition, competitiveness of the enterprise, competitiveness assessment, methods of an assessment, way of increase of competitiveness*

In this article the author considers a problem of increase of competitiveness of the enterprise which is actual in modern conditions. The author focuses attention on the analysis of competitiveness and methods of its assessment. Also the author tells about ways of increase of competitiveness that is necessary for receiving the maximum profit.

УДК631.153.4:338.431

ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

*Шарафетдинова Р.Р., студентка
3 курса экономического факультета
Научный руководитель – Нуретдинова Ю.В.,
кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»*

Ключевые слова: *мотивация труда, проблемы сельские территории, отток молодежи.*

В данной работе рассматривается проблема мотивации труда в сельском хозяйстве. Здесь выявляются проблемы сельских территорий и причины оттока молодежи из села в город, а также выдвигаются пути их решения для достижения наилучшего результата.

Управление персоналом организации охватывает широкий спектр функций от приёма до увольнения работника, среди которых выделяют мотивацию деятельности персонала. От того,