

2. Цыганов, А.Г. Конкурентное и антимонопольное регулирование/
А.Г. Цыганов. - Москва: Логос, 1999. - 366 с.

MONOPOLISM PROBLEM IN THE MARKET ECONOMY OF RUSSIA

Kovylova A.E.

Key words: *monopolization, economic security, competition policy, market economic system*

The work is devoted to the analysis of negative influence of monopolization of the market system of economic management on economic safety of Russia. The main strategy of the struggle to overcome the negative consequences of monopolism is timely application of competition policy, presented in the article as the process of managing relations between organizations and state bodies.

УДК 658.1:005.343

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Кубарева Н.С., студент 3 курса экономического факультета
Научный руководитель – Ловчикова Е. И., кандидат
экономических наук, доцент
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный аграрный университет»*

Ключевые слова: *конкурентоспособность, факторы производства, конкурентные преимущества, эффективность хозяйственной деятельности, удовлетворение потребностей потребителей*

С развитием рынка происходит усиление конкуренции, вследствие чего руководители бизнеса находятся в постоянном поиске новых инструментов управления предприятиями и рычагов повышения конкурентоспособности. В работе определено понятие конкурентоспособности.

Рассмотрена система конкурентных преимуществ, составляющих основу формирования конкурентоспособности предприятия. Обозначены основные направления обеспечения конкурентоспособности.

В условиях рынка нереально добиться стабильного успеха в бизнесе, если не планировать его эффективное развитие, не аккумулировать постоянно информацию о собственных перспективах и возможностях, о состоянии целевых рынков, о положении на них конкурентов и своей конкурентоспособности.

Конкурентоспособность относится к наиболее сложным понятиям, характеризующим современный рынок, при этом нет ни единого понимания ее сущности, ни даже приблизительно одинаковых взглядов на методику ее определения. Это объясняется необходимостью учета огромного количества факторов, как правило, различных по своей природе, количественное измерение которых порой затруднительно. Более того, здесь большую роль начинают играть качественные характеристики продукции, учет которых представляет собой особую проблему [1].

Конкурентоспособность предприятия - это относительная характеристика, которая выражает степень отличия данного предприятия от конкурентов в сфере удовлетворения потребностей клиентов [2].

Высокая конкурентоспособность предприятия обуславливается удовлетворенностью и готовностью потребителей повторно приобрести продукцию этой фирмы, отсутствием претензий к предприятию со стороны общества, акционеров, партнеров, престижностью работы на данном предприятии.

Конкурентоспособность предприятия не только включает качественные и ценовые параметры продукции, но и зависит от уровня менеджмента, сложившейся системы управления финансовыми потоками, инвестиционной и инновационной составляющими его деятельности. Кроме того, на конкурентоспособность оказывает влияние конъюнктура, складывающаяся на том или ином рынке, степень конкуренции, испытываемая предприятием со стороны других участников рынка, техническая оснащенность, степень внедрения инноваций, мотивация и квалификация персонала, финансовая устойчивость.

В основе формирования конкурентоспособности предприятия лежит система его конкурентных преимуществ. На базе анализа различных подходов к классификации конкурентных преимуществ предлагается осуществлять их классификацию по следующим основным признакам: отношение к системе, сфера возникновения преимущества, содержание

фактора преимущества, время реализации преимущества, место реализации преимущества, вид получаемого конечного результата [3].

В целях обеспечения конкурентоспособности предприятие должно обладать определенным набором внутренних конкурентных преимуществ: конкурентоспособность продукции, финансовое состояние предприятия, эффективность маркетинговой деятельности, рентабельность продаж, имидж (марочный капитал) предприятия, эффективность менеджмента.

Для достижения конкурентоспособности предприятию необходимо:

- обеспечить конкурентоспособность выпускаемой продукции в целевых сегментах рынка;

- поднять потенциал предприятия, а, следовательно, и его подразделений, до уровня мировых производителей в данной отрасли. Этот показатель характеризует возможность успешной работы организации в будущем.

Таким образом, конкурентоспособность предприятия - это возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка. Производство и эффективная реализация конкурентоспособных товаров и услуг - обобщающий показатель жизнестойкости предприятия, его умения эффективно использовать свой производственный, научно-технический, трудовой, финансовый потенциал.

Библиографический список:

1. Гурвич, В. Конкурентоспособность в массы [Текст] / В. Гурвич // Вопросы экономики. - 2006. - №14. - С. 4

2. Мазилкина, Е.И. Основы управления конкурентоспособностью [Текст]: учеб. пособие / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина; Поволж. акад. гос. службы им. П.А. Столыпина. - Саратов: Поволж. акад. гос. службы, 2005. - С. 23-24

3. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. - М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2007. - С. 892

CREATING A COMPETITIVE COMPANIES

Kubareva N. S., Lovchikova E. I.

Key words: *competitiveness, factors of production, competitive advantages, efficiency of economic activities, the needs of consumers*

With the development of market competition is intensified, so that business leaders are in constant search of new business management tools and instruments to enhance competitiveness. In this paper we define the concept of competitiveness. We consider a system of competitive advantages that form the basis of formation of the company's competitiveness. The basic directions to ensure competitiveness.

УДК 159.9:316.35

МЕЖГРУППОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ В ОРГАНИЗАЦИИ

*Маркелова К.А., студентка 1 курса экономического факультета
Научный руководитель – Анохина Н.Ф., к.п.н., доцент
кафедры экономики и управления
Стерлитамакский филиал ФГБОУ ВПО «Башкирский
государственный университет»*

Ключевые слова: *межгрупповой конфликт, моббинг, харассмент.*

В статье рассматриваются такие межгрупповые проблемы в организации, как моббинг и харассмент.

Социальная дифференциация общества значительно усложняет управленческую деятельность вообще и в области межгрупповых отношений в организации в частности. Любая организация состоит из формальных и неформальных групп, между которыми всегда существовали, и будут существовать противоречия, нередко проявляющиеся в форме конфликтов.

По мнению Н.В. Гришиной: « Конфликт – это столкновение противоположных интересов». Конфликт – явление неизбежное. Абсолютная бесконфликтность в коллективе скорее показатель застоя во внутренней жизни компании, чем признак благополучия. Однако успешное проявление конфликтов и грамотное его разрешение превращает в механизм, который может послужить толчком к развитию отношений между людьми.

Межгрупповой конфликт представляет собой противостояние и столкновение двух или более групп в организации. Такое противостояние может носить профессионально-производственную, социальную и