

УДК 366

## **МЕТОДЫ ОЦЕНКИ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Фаюстова Т.О., студентка 2 курса экономического факультета*

*Научный руководитель – Чупахина Е.Ю., к.э.н., доцент  
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П. А. Столыпина»*

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

*В данной статье рассматриваются способы оценки конкурентоспособности предприятия, и делается акцент на методах её оценки. Также рассказывается и о путях её повышения, что является необходимым для максимизации прибыли.*

В настоящее время в России наблюдается усиление конкуренции между различными предприятиями, вследствие этого, руководителям приходится отслеживать результаты деятельности конкурентов, и оценивать их конкурентоспособность с помощью различных методов и предлагать дальнейшие действия. Также в обязанности руководителя входит изучение факторов, от которых зависит конкурентоспособность предприятия, и в связи с какими факторами возможно укрепление его позиций.

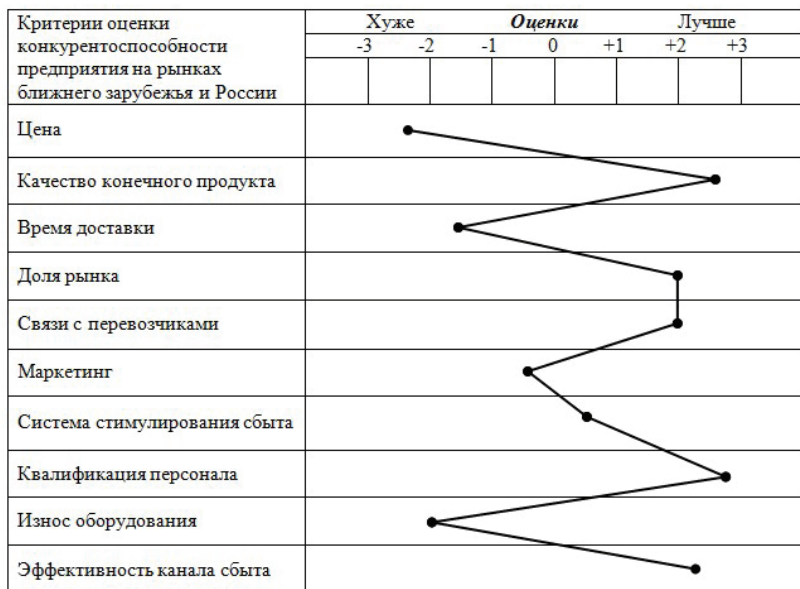
Важным условием для изучения конкурентоспособности предприятия является наличие конкуренции, которая является важным элементом рынка. Именно из-за конкуренции на рынке растет качество товара, совершаются его модификации, услуги, предоставляемые компаниями находятся на высшем уровне, для того чтобы был спрос на них и т.п.

Для определения позиции предприятия к конкурентам необходимо следовать определенному алгоритму. Начинать оценку 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 това-

ров 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.

Для оценки конкурентных преимуществ предприятия можно воспользоваться различными методами. Стоит отметить, что наиболее эффективным методом является метод, который предполагает оценку конкурентоспособности товара, так как он, кроме конкурентоспособности предприятия, учитывает и конкурентоспособность самого товара. Недостатком этого метода является неточное определение сильных и слабых сторон в работе предприятия. Одним из результативных методов является также метод на базе «4Р», в котором сравниваются предприятия со своими конкурентами по факторам, например, срок службы товара, престиж торговой марки, стратегия сбыта, реклама. Каждому фактору при таком методе присваивается определенный балл. Недостатком же является то, что анализ осуществляется экспертами.

Возьмем данные промышленного предприятия ОАО «Балткран» за 2013 год. Для оценки его конкурентных преимуществ использовался метод SWOT-анализа, в котором было выявлено, что сильными сторонами являются: использование новейших технологий, высокая квалификация сотрудников, склонность к инновациям. Слабыми же: сложная конкурентная позиция, то есть менее устойчивое финансовое положение и т.п. Также при помощи анализа были выявлены дополнительные возможности предприятия и возможные угрозы. Для большей наглядности можно изобразить наиболее важные критерии и оценки экспертов, которыми стали сотрудники данного предприятия, в виде профилограммы (рис 1). Из которой мы можем увидеть, что ОАО «Балткран» может иметь достаточные преимущества на рынке и конкурировать с другими предприятиями.



**Рисунок 1 - Портфолиограмма конкурентоспособности  
ОАО «Балкран»**

На рынке предприятию необходимо поддерживать существующий уровень конкурентоспособности и искать новые пути его повышения. 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, то есть 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.

Максимальная выгода предприятием достигается благодаря его конкурентным преимуществам на рынке. Благодаря оценке конкурентоспособности определяется уровень предприятия по сравнению с конкурентами. Для укрепления позиций предприятия 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. Арбатская, Е.А. Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия / Е.А. Арбатская // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2012. – №1. – С. 118–121.

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

3. Василенко, М.Ю. Повышение конкурентоспособности предприятий путем структуризации: ее основные типы и особенности / М.Ю. Василенко // Российское предпринимательство. – 2012. – №15(213). – С. 56–59.

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

5. Гусев, Е.В. Оценка конкурентоспособности строительных предприятий на основе организационно-технических показателей / Е.В. Гусев, Е.А. Угрюмов, И.М. Обронов // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2013. – №3(7). – С. 122–127.

6. Дорофеева, В.В. Методика оценки уровня конкурентоспособности промышленных предприятий / В.В. Дорофеева // Известия ИГЭА. – 2011. – № 4. – С. 89–94.

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

8. Криворотов, В.В. Методика оценки конкурентоспособности производственного комплекса / В.В. Криворотов, А.В. Калина, В.Д. Третьяков // Вестник ОГУ. – 2013. – №8(157). – С. 34–42.

9. Лазаренко, А.А. Этапы проведения анализа конкурентоспособности организации / А.А. Лазаренко // Молодой ученый. – 2014. – №2. – С. 479–484.

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

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

12. Навасардян, А.А. Конкурентоспособность отрасли животноводства в условиях рынка / А.А. Навасардян // Материалы областной межвузовской научно-практической конференции «Молодые ученые – агропромышленному комплексу». – Ульяновск: УГСХА, 2002. – Часть 2.-С. 103–105.

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

14. Субаева, А.К. Оценка конкурентоспособности услуг предприятия технического сервиса АПК / А.К. Субаева // Вестник Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии. – 2013. – №1. – С. 168–172.

15. Тищенко, А.Н. Оценка конкурентоспособности строительных предприятий с учетом их специфики / А.Н. Тищенко, В.Е. Хаустова, А.С. Беляев // Проблемы экономики. – 2013. – №1. – С. 185–190.

16. Дозорова, Т.А. Стратегия развития сельскохозяйственных предприятий / Т.А. Дозорова, Е.А. Тарасова. – Ульяновск: УГС-ХА, 2004. – 256 с.

17. Фирсова, Л.Л. Анализ конкурентоспособности промышленного предприятия ОАО «Балткран» / Л. Л. Фирсова // Молодой ученый. – 2013. – №5. – С. 863–869.

18. 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.

19. Конкурентоспособность и импортозамещение картофеля и продуктов его переработки в Российской Федерации / В.В.Тулъчев, Е.А.Симаков, К.А.Пшеченков, С.Б.Прямов, О.М. Ягфаров // Достижения науки и техники АПК. – 2013. – №2. – С. 58–60.

20. Албуткина, М.В. Разработка стратегии предприятия на основе матрицы Бостонской консалтинговой группы / М.В.Албуткина, Н.Р. Александрова // «Инновационный маркетинг и менеджмент: теория и практика». Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. – Саратов: ООО «Буква», 2014. – С. 3 – 7 .

21. Жаркова, И.О. Оценка конкурентоспособности производства сельскохозяйственной продукции с использованием программы БЭСТ-Маркетинг / И.О.Жаркова, Н.Р. Александрова // «Инновационный маркетинг и менеджмент :теория и практика». Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. – Саратов: ООО «Буква», 2014. – С. 54 – 58 .

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

Fayustova T.O., Chupakhina E.Y.

**Keywords:** *competitiveness, competition, strengthening of positions 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 and places emphasis on the analysis and methods of its assessment. Also the author tells about ways of its increase that is necessary for receiving the maximum profit.*

УДК 336

## ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ В ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «УЛЬЯНОВСКАЯ ПТИЦЕФАБРИКА»

Филимонова Н. И., студентка 4 курса экономического факультета

Научный руководитель – Шаброва А.И., к.э.н., доцент  
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»

**Ключевые слова:** *Прибыль, факторный анализ, планирование, распределение прибыли, операционный леверидж.*

*В рыночной экономике прибыль – основные показатели деятельности компании в сфере предпринимательства и бизнеса. Но есть и отрицательный результат – потеря, когда компании не возместить деньги, потраченные на экономическую активность, и постепенно начинает «съедать» их. Такая ситуация характерна для современного состояния сельскохозяйственных предприятий, в качестве одной из основных проблем в аграрном секторе растущего спада в выработке. Большое значение имеет анализ сравнительной эффективности финансовых результатов,*