

УДК 366

## МЕТОДЫ ОЦЕНКИ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

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

*Научный руководитель – Е.Ю. Чупахина, 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 растёт 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 определённому 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 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.

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.

На рынке предприятию необходимо поддерживать существующий уровень конкурентоспособности и искать новые пути его повышения. Одним из путей является увеличение объема изготовленной продукции, но для получения прибыли она ещё и должна быть реализована. Таким образом, следует, что нужно увеличить объем 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

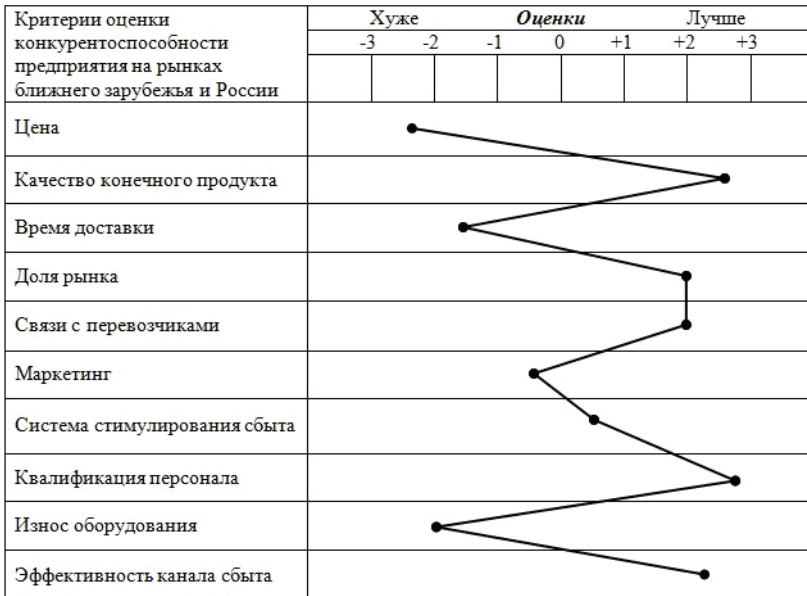


Рисунок 1 - Портфолиограмма конкурентоспособности ОАО «Балкран»

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 // Российское предпринимательство. – 2012. – №15(213). – с. 56–59.

4. Гильмитдинов Ш.Г. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе использования комплексного показателя // 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 // Известия ИГЭА. – 2011. – № 4. – с. 89–94.

7. Заярная И.А. Управление повышением конкурентоспособности предприятия // 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 // 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») // Основы экономики, управления и права. – 2013. – №2(8). – с. 75–78.

12. Навасардян А.А. Конкурентоспособность отрасли животноводства в условиях рынка // Материалы областной межвузовской научно-практической конференции «Молодые ученые – агропромышленному комплексу». Часть 2. – Ульяновск: УГСХА. – 2002. – 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 // 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: УГСХА, 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. Тульчеев В.В., Симаков Е.А., Пшеченков К.А., Прямов С.Б., Ягфаров О.М. Конкурентоспособность и импортозамещение картофеля и продуктов его переработки в Российской Федерации // Достижения науки и техники АПК. – 2013. – №2. – с. 58–60.

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

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

## **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 657**

## **ПОЛНАЯ МАТЕРИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ**

*Хохлова Н.В., студентка 4 курса экономического факультета  
Научный руководитель – Прохорова Л.М., к.э.н., доцент  
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»*

**Ключевые слова:** *материальная ответственность, письменный договор, заработная плата, Трудовой кодекс РФ, имущество работодателя.*

*В данной статье рассмотрены основные случаи, когда на работника может быть наложена полная материальная ответственность. Проанализированы проблемы отношения работников к имуществу работодателя и возмещения материального ущерба.*

Полная материальная ответственность – обязанность работником возместить причинённый ущерб работодателю, в размере его фактической стоимости исходя из рыночных цен на день причинения ущерба.

Согласно ст. 244 и 245 ТК РФ, между работниками и работодателями полная материальная ответственность наступает на основании специальных письменных договоров.

Договор о полной материальной ответственности заключается работодателем с сотрудником, который достиг 18 лет и использует в процессе своей деятельности товарные, денежные и (или) иные ценности. Работодатель должен в первую очередь заключить договор с теми людьми, которые осуществляют доставку, хранение и перевозку товарно-материальных ценностей. Полный перечень категорий работников, с которыми можно заключить данные договора, разработан Министерством труда и социального развития РФ и утвержден его постановлением от 31 декабря 2002 года.