

Кононенко Ю.Г., Гартованная О.В. Роль оценки конкурентоспособности товаров и услуг в бизнесе// Академия педагогических идей «Новация». – 2020. – №6 (июнь). – АРТ 44-эл. – 0,2 п. л. – URL: <http://akademnova.ru/page/875548>

РУБРИКА: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК-338

Кононенко Юлия Гариевна

студент 3 курса БТФ

Гартованная Оксана Владимировна

кандидат сельскохозяйственных наук, доцент

ФБГОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»

п. Персиановский, Российская Федерация

**РОЛЬ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И
УСЛУГ В БИЗНЕСЕ**

Аннотация: В статье рассмотрена роль оценки конкурентоспособности товаров и услуг в бизнесе. Изучены бизнес-процессы в рыночной конкурентной среде. А также рассмотрен предпринимательский проект в виде бизнес-плана.

Ключевые слова: конкурентоспособность, услуги, потребитель, предпринимательство, промышленность, методы, оценка.

Kononenko Julia Garievna

3rd year student BTF

Gartovannaya Oksana Vladimirovna

Candidate of Agricultural Sciences, Associate Professor

FSBEI HE "Don State Agrarian University"

p. Persianovsky, Russian Federation

ROLE OF ASSESSING COMPETITIVENESS OF GOODS AND SERVICES IN BUSINESS

Abstract: The article considers the role of assessing the competitiveness of goods and services in business. Studied business processes in a competitive market environment. And also considered an entrepreneurial project in the form of a business plan.

Key words: competitiveness, services, consumer, entrepreneurship, industry, methods, evaluation.

Как известно, **предпринимательство** - это организация производства, работ или услуг, имеющая ценность и обеспечивающая получение прибыли для субъекта такой деятельности.

Типичные бизнес-процессы в конкурентной рыночной среде включают:

- производство нового, то есть неизвестного потребителю, товара или новое качество существующего товара;
- внедрение нового метода производства;
- освоение нового рынка;
- использование нового источника сырья или полуфабриката.

Пересмотрены бизнес-процессы, но по существу отражают факторы конкурентоспособности товаров (услуг). **Основная цель бизнеса - прибыль.** Основным инструментом для достижения этой цели является производство и предложение на рынке конкурентоспособного продукта.

Маржа прибыли зависит от размера дохода. Как известно, доход (F) от реализации объема партии товара (D), удельная продажная цена (SPR) составляет: $F = D \cdot SPR$.

Объем продаж определяется конкурентоспособностью товара, в частности интегральным показателем качества. Согласно вполне реалистичную оценку объема можно получить по формуле: $D = dI^2$

Коэффициент d в формуле определяется по результатам анализа рынка сбыта аналоговой продукции, востребованной потребителем.

С учетом формул сумма дохода может быть определена следующим образом:

Маржа прибыли (L) от продажи партии определяется как разница между доходом (L) и затратами (C): $L = F - V$.

Из формулы следует, что прибыль представляет собой квадратичную зависимость интегрального показателя качества - **показателя конкурентоспособности.**

Метод прибыли предприятия - это своего рода «демаркационная» грань между предприятиями-бандлерами и предприятиями с высокой репутацией. Сначала пытаются получить прибыль, снижая затраты за счет качества (используются низкокачественные заменители, сокращают технологический цикл строительства и т. д.). А во-вторых, улучшая качество и снижая затраты, но не за счет последнего.

В рамках цивилизованного рынка прибыль всегда является средством, а не целью.

Автор разделяет мнение о том, что, когда прибыль становится предпринимателем, единственной целью является то, что в его стратегии априори заложена кража. Целью должно быть удовлетворение клиента, организация работы персонала и т. Д.

Уместно процитировать заявление одного из бизнесменов, которое стало афоризмом: *«Для бизнеса важнее, чем деньги являются источником денег. Этот источник является потребителем».*

Продолжая исследовать роль конкурентоспособности в бизнесе, отметим, что предпринимательский проект реализуется в форме бизнес-плана.

Он включает в себя шесть основных разделов:

1. бизнес-концепция;
2. рекламный план;
3. график работы;
4. ставить цели;
5. маркетинговые исследования;
6. финансовая сводка.

Раздел 1: Содержит концентрированное описание идей для будущей деятельности и форм ее реализации. Вот характеристики продукта, которые отличают его от уже произведенных товаров конкурентов, то есть указывают на конкурентное преимущество.

Раздел 2: Сформулируйте основную идею, лежащую в основе рекламной кампании - информацию о конкурентных преимуществах.

Разделе 3: Обычно содержится список всех (в основном организационных) действий, которые предприниматель должен выполнять для реализации своих идей.

Раздел 4: Определяет краткосрочные и долгосрочные цели. Например, краткосрочной целью может быть захват определенной части рынка и долгосрочный фокус прибыли, полученной от продажи произведенных товаров, инвестиций для производства новых модификаций продукта.

Раздел 5: Является основным анализом проблем, связанных с конкуренцией: выявление существующих и потенциальных конкурентов; определение категорий потребителей, которое ориентируется на предпринимателя при реализации идеи. В этом разделе приводятся расчеты доходов и расходов в качестве основы возможной прибыли, рассматриваются источники финансирования.

Раздел 6: Дан окончательный вывод о финансовом состоянии предлагаемого проекта финансового резюме.

Как видно из краткого обзора разделов 1,2,5 об оценке конкурентоспособности товаров.

Таким образом, оценка и формирование конкурентоспособности товаров (услуг) является основой бизнес-планирования хозяйствующего субъекта.

Список использованной литературы:

1. «Предпринимательство» Под редакцией Горфинкеля В.Я., Поляка Г.Б., Москва, Юнити, 2014
2. Герчикова И.Н. «Регулирование предпринимательской деятельности», Москва, Консалтбанкир, 2019
3. Муравьев А.И. «Предпринимательство», Санкт-Петербург, 2017
4. «Основы предпринимательской деятельности» Под редакцией Власовой В.М., Москва, Финансы и статистика, 2015

Дата поступления в редакцию: 06.06.2020 г.

Опубликовано: 13.06.2020 г.

© Академия педагогических идей «Новация», электронный журнал, 2020

© Кононенко Ю.Г., Гартованная О.В., 2020