

ние реальных денежных средств на расчетный счет позволяет получить дополнительный доход от их многократного реинвестирования. Кроме того, предоставление скидки сделает продукцию предприятия более конкурентоспособной, позволит привлечь дополнительных покупателей, что приведет к увеличению годового объема продаж.

УДК 339.13

Д. Дроздова

(Республика Беларусь)

Научный руководитель Е.Ю. Быкова, ст. преподаватель
Белорусский государственный аграрный технический университет

БЕНЧМАРКИНГ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОАО «СУКНО»

В современных условиях конкурентное преимущество является ключевой характеристикой в рыночной системе хозяйствования, отражая все аспекты деятельности предприятия: экономические, технические, производственно-хозяйственные, логистические, маркетинговые, управленческие и социальные. Основываясь на множестве определений бенчмаркинг можно понимать, как непрерывный процесс измерения показателей, поиск передовых примеров, заимствование эффективно действующих технологий, качественное сравнение своей организации с лидерами отрасли, конкурентный анализ, маркетинговая разведка и процесс повышения конкурентоспособности предприятий.

Одним из способов формирования наиболее эффективных конкурентных преимуществ является бенчмаркинг.

Британский экономист Элвин Кэннан еще в 1929 году утверждал, что «Экономическая конкуренция – это не война, а соперничество в интересах друг друга».

В настоящее время во всем мире применяют бенчмаркинг, используя различные его формы. Не ограничиваясь сбором информации о конкурентах на рынке, бенчмаркинг предусматривает также сравнительный анализ их продукции, бизнес-процессов, экономических и финансовых показателей, а также обмен передовым опытом между организациями. Активное привлечение передового опы-

та позволяет ускорить развитие организации и повысить ее конкурентоспособность и эффективность деятельности.

Рассмотрим один из видов бенчмаркинга, а именно по направленности поиска, представленного в таблице.

Таблица – Рекомендации по реализации типов бенчмаркинга в ОАО «Сукно»

Тип бенчмаркинга	Партнеры по бенчмаркингу	Результат
Внутренний	Внутри организации	Сравнение выполнения годовых мероприятий и эффекта от них (участие в выставках, выполнения поставленных задач)
Конкурентный	Сравнение с самыми сильными конкурентами	Сравнение объема производства на 2017: ОАО «Сукно» - 460 т.м.п; ЗАО «Купавна» -920 т.м.п.; ОАО «Пушкинский текстиль» - 360 т.м.п.; ОАО «Суржская мануфактура» - 84 тыс. м пог. в год.
Функциональный	Сравнение с другими предприятиями в той же области	Сравнение посещаемости сайтов в день ОАО Сукно (298 просмотров и 75 посетителей) и ОАО «Пушкинский текстиль» (118 просмотров и 28 посетителей)
Общий	Во всех областях с самыми лучшими	Мотивация сотрудников с помощью проведенных мероприятий в таких организациях как Dreyer или Cisco

Установлено, что в каждом типе бенчмаркинга есть определенные достоинства и недостатки, например, внутренний бенчмаркинг не дает возможности сравнения с эталонным вариантом, что приводит к невысокому темпу роста производительности труда, однако обеспечивается достаточно быстрый и легкий обмен информацией.

Конкурентный тип связан с опасностью предоставления ложной информации, но также существует возможность для нового партнерства.

Ограничением для функционального бенчмаркинга могут стать различия в корпоративных культурах, но данный тип предоставляет информацию по отраслевой тенденции.

Рассмотрев только один вариант организации невозможно однозначно определить и систематизировать факторы, оказывающие на

него влияние. Однако, можно сказать, что моделирование процесса бенчмаркинга для каждой компании является индивидуальным.

Успешное развитие ОАО «Сукно» в современных условиях требует использования разнообразных методов и подходов, при этом решающим фактором коммерческого успеха является контроль и удержание определенного уровня конкурентоспособности. На данный момент сильными сторонами российских конкурентов текстильной отрасли являются: низкие цены на сырье и высокая техническая оснащенность. Однако с использованием методов бенчмаркинга как основного инструмента роста конкурентоспособности возможно расширение рынков сбыта продукции ОАО «Сукно» в странах ближнего и дальнего зарубежья, а также удержание доли внутреннего рынка, где на 2017 продукция ОАО «Сукно» занимает более 65%.

Слабое развитие бенчмаркинга в исследуемой отрасли связано с отсутствием квалифицированных кадров в области креативного менеджмента и определенной закрытостью бизнеса, при этом выход на международный рынок повышает конкурентные риски ОАО «Сукно».

Применение бенчмаркинга как фактора повышения конкурентоспособности позволит использовать опыт успешных организаций, сокращая количество ошибок и потерь в процессе реализации стратегии развития предприятия.

УДК 330.16

Е. Заика
(Украина)

Научный руководитель А.В. Гридин, ст. преподаватель
Харьковский национальный технический университет
сельского хозяйства имени Петра Василенко

РОЛЬ МОТИВАЦИИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях социально-экономического развития, сложившихся в Украине, неэффективное использование человеческих ресурсов, от которого во многом зависит повышение благосостояния и качества жизни граждан, приводит к снижению производительности труда, сокращению бюджета, недополучению прибыли и т.п. В связи с этим важной задачей является создание необходимых условий