

## ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «ЮРГИНСКИЙ МАШЗАВОД»

*Г.В. Ткаченко, студентка группы 10300,*

*научный руководитель: Тащиян Г.О.*

*Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского*

*Томского политехнического университета*

*652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26*

Оценку конкурентоспособности ООО «Юргинский машзавод» необходимо начать с идентификации конкурентов. Конкурентами являются компании, реализующие горношахтное оборудование, в частности механизированные крепи для отработки тонких угольных пластов.

Сегодня на рынке горношахтного оборудования существует два сильных конкурента это «CATERPILLAR» и «JOY». По объему продаж горношахтного оборудования в 2012 году эти производители – безусловные лидеры по объему производства и продаж. Они имеют более развитую сеть дилеров на территории России и стран СНГ, поскольку дилеры концентрируются вокруг компаний имеющих наибольший спрос.

Оценка конкурентоспособности проведена с выделением основных показателей конкурентоспособности: характеристика ассортимента конкурирующих предприятий; характеристика цен конкурирующих предприятий; характеристика качества товаров конкурирующих предприятий; характеристика уникальных свойств продукции конкурирующих предприятий; характеристика уровня сервиса и культуры обслуживания конкурирующих предприятий; характеристика уровня привлекательности торговой марки – «бренда» конкурирующих предприятий; характеристика рекламной и маркетинговой компаний конкурирующих предприятий; характеристика месторасположения конкурирующих предприятий; характеристика дилерской сети конкурирующих предприятий [1].

Для экспертной оценки была разработана шкала конкурентных преимуществ предприятий по вышеуказанным факторам.

Шкала оценки преимуществ была составлена по пятибалльной системе, где градация 5 соответствует позитивной оценке конкурентного преимущества, градация 1 – отрицательной оценки, градация 3 - нейтральное отношение, градации 2 и 4 означают оценку «скорее отрицательную» и «скорее положительную» соответственно. Полученные данные оформлены в таблицу 1.

Таблица 1

Оценка конкурентоспособности предприятий машиностроительной отрасли

Показатели конкурентоспособности		Наименование торговой марки производителя				
		CATERPILLAR	JOY	GLINIK	OSTROJ	ООО "Юргинский машзавод"
1.Характеристика ассортимента конкурирующих предприятий	Число разных видов кранов	5 видов	6 видов	5 видов	4 видов	5 видов
	Оценка	4	5	4	3	4
2.Характеристика цен конкурирующих предприятий	Средняя цена	8100000 руб.	7800000 руб.	6030000 руб.	6730000 руб.	6050000 руб.
	Оценка	3	4	5	3	4
3.Характеристика качества товаров конкурирующих предприятий	Характеристика	Выше среднего	Высокое	Высокое	Выше среднего	Среднее
	Оценка	4	5	5	4	3
4.Характеристика уникальных свойств продукции конкурирующих предприятий	Характеристика	Поставка полного комплекса оборудования	Поставка полного комплекса оборудования	Ярко не выражены	Ярко не выражены	Увеличенный ресурс, более рациональная конструкция
	Оценка	5	5	3	3	4

Секция 6. Экономика, менеджмент и маркетинг на предприятии

Показатели конкурентоспособности		Наименование торговой марки производителя				
		CATERPILLAR	JOY	GLINIK	OSTROJ	ООО "Юргинский машзавод"
5. Характеристика уровня сервиса и культуры обслуживания конкурирующих предприятий	Характеристика	Гарантия завода плюс, очень развитая сеть сервисных центров	Гарантия завода плюс, несколько сервисных центров	Гарантия завода плюс, несколько сервисных центров	Гарантия завода плюс, сервисное обслуживание изготовителем	Гарантия завода плюс, сервисное обслуживание изготовителем
	Оценка	5	4	4	2	2
6. Характеристика уровня привлекательности торговой марки – «бренда» конкурирующих предприятий	Характеристика	Мощный «бренд», широко известный в России и странах СНГ	Мощный «бренд», широко известный в России	Мощный «бренд», широко известный в России	«Бренд» наиболее известен европейской части России	«Бренд» наиболее известен в азиатской части России
	Оценка	5	5	5	3	3
7. Характеристика рекламной и маркетинговой компаний конкурирующих предприятий	Характеристика	Реклама в периодике, Интернет-сайт, участие в специализированных выставках в России и СНГ	Реклама в периодике, Интернет-сайт, участие в специализированных выставках в России	Реклама в периодике, Интернет-сайт, участие в специализированных выставках в России	Реклама в периодике, Интернет-сайт, участие в специализированных выставках в России	Реклама в периодике, Интернет-сайт, участие в специализированных выставках в России
	Оценка	5	4	4	4	4
8. Характеристика месторасположения конкурирующих предприятий	Характеристика	USA	USA	Poland	Czech Republic	Россия, Кемеровская область, г. Юрга
	Оценка	5	4	4	5	4
9. Характеристика дилерской сети конкурирующих предприятий	Характеристика	Обширнейшая дилерская сеть в России и странах СНГ.	Продажи через холдинг и сеть дилеров в России	Продажи через холдинг и сеть дилеров в России	Продажи собственные и через сеть дилеров и представительств	Продажи собственные, имеются несколько представительств
	Оценка	5	4	4	3	2
Итоговая оценка		41	40	38	30	30

Анализ таблиц показывает, что наибольший общий оценочный балл (41) получила «CATERPILLAR», а наименьший (30) – OSTROJ и ООО «Юргинский машзавод». «CATERPILLAR» характеризуется как активно растущая компания, к которым можно отнести «JOY» и «GLINIK». ООО «Юргинский машзавод» занимает слабые позиции на рынке горношахтного оборудования. Управление предприятием в современных экономических условиях, когда происходят достаточно быстрые и не всегда про-

гнозируемые изменения во внешней среде, – это искусство. Но искусство, которое требует от руководителей овладения новыми методами и навыками в области стратегического управления.

Очевидно, что отсутствие у предприятия системы стратегического управления – инструмента высшего руководства – не позволяет ему эффективно развиваться в долгосрочной перспективе, а достигать лишь некоторых краткосрочных целей. Формирование полноценной системы стратегического управления позволит обеспечить возможность управления организацией на постоянной, регламентированной основе за счет постановки стратегических целей, доведения целей до уровня бизнес-процессов (подразделений) и создания системы измеримых показателей, на основе которых осуществляется оперативное управление бизнес-процессами [2].

Таким образом, ООО «Юргинскому машзаводу» необходимо рассматривать новые наукоемкие решения, принципиально отличающиеся от имеющихся, для заполнения нового сегмента рынка горно-шахтного оборудования.

Литература.

1. Замураева, Л.Е. Факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества организации. Проблемы Экономики отраслей и предприятий / Л.Е. Замураева. - Тюмень : МИФУБ ТюмГУ, 2007. - С. 53-58.
2. Осипов, Ю.М. Конкурентоспособность наукоемкой машиностроительной продукции: экономика и менеджмент / Ю.М. Осипов. – Томск: Томск. гос. ун-т систем управления и радиоэлектроники, 2011. - 247 с.

#### **ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА ВЫПУСКНИКОВ ВУЗОВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ЭКОНОМИКА» (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ЮРГИ)**

*И.А. Семеренко, студент группы 17Б41,  
научный руководитель: Соловенко И.С.*

*Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского  
Томского политехнического университета  
652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26*

В современных условиях ухудшения социально-экономической ситуации в народном хозяйстве страны наиболее актуальной становится проблема трудоустройства выпускников вузов по направлению «Экономика». Данный вопрос особенно остро стоит в небольших городах и посёлках, где возможности трудоустройства ограничены. Примером такого населённого пункта является город Юрга Кемеровской области. Единственным внутренним каналом подготовки выпускников вузов по направлению «Экономика» является кафедра Экономики и автоматизированных систем управления (ЭиАСУ) Юргинского технологического института (филиал) Томского политехнического университета (сокращёно – ЮТИ ТПУ).

Цель работы – выявить возможности решения проблем трудоустройства выпускников по направлению «Экономика» в рамках деятельности кафедры ЭиАСУ ЮТИ ТПУ. Задачами исследования являются: 1) выявление факторов, оказывающих влияние на трудоустройство выпускников вузов; 2) определение оптимальных возможностей трудоустройства выпускников.

Сегодня без опыта работы сложно трудоустроиться не только выпускникам вузов по направлению «Экономика», но и фактически по всем другим направлениям. Основной причиной такого положения является то, что существует стереотип о «неполноценности» вчерашних студентов, как не подготовленных для решения любой производственной задачи. Нехватка практических навыков у современных студентов действительно присутствует [1]. Однако сложно полностью согласиться с таким доводом, так как практические навыки приобретаются довольно-таки быстро, если имеется хорошая теоретическая база. Хорошим аргументом против такого заблуждения является система использования лично-семейных связей. Неофициальные связи дают быструю отдачу. Те, у кого отсутствуют такие контакты, вынуждены дольше искать работу, на что неоднократно обращали внимание многие эксперты [2].

В идеале основным критерием в оценке выпускников профессиональных образовательных учреждений является их реальная профессиональная квалификация и компетентность, обеспечивающие конкурентоспособность и профессиональную мобильность специалиста [3]. На основе чего можно утверждать о том, что трудоустройство выпускников является итоговым показателем образовательной деятельности вуза. Этот результат зависит от многих факторов: во-первых, от уровня и качества