

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

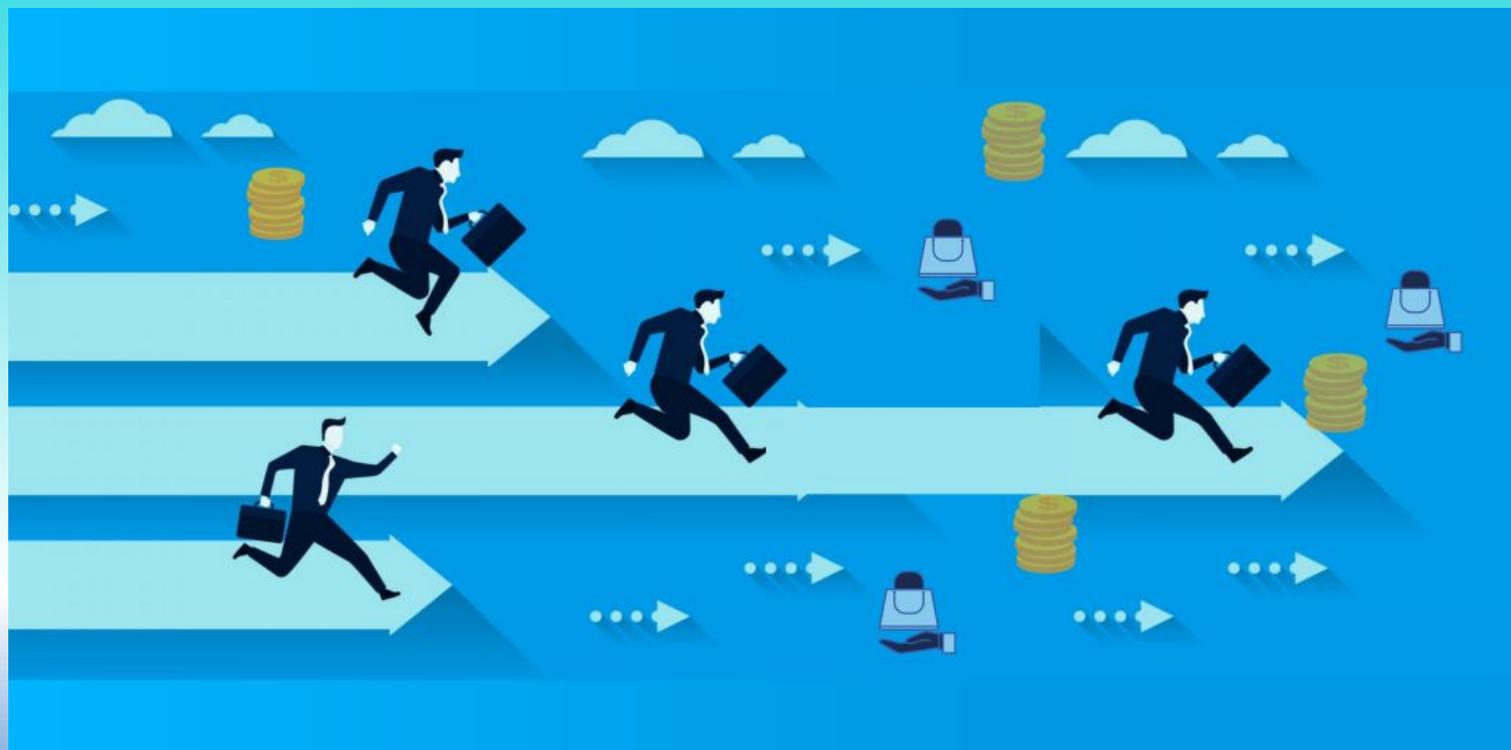
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Уральский государственный экономический университет»  
(УрГЭУ)**

**Реферат.**

**Тема:** Анализ факторов конкурентоспособности компании и  
основные методики её оценки.

**Студенты Толмачева М. В. и Вачаев С. М.  
Группа 20-03 Б**

**Основные принципы конкурентоспособности компании считаются на сегодняшний день одним из основных компонентов компетенций эксперта любого профиля, а также управляющих различных степеней**



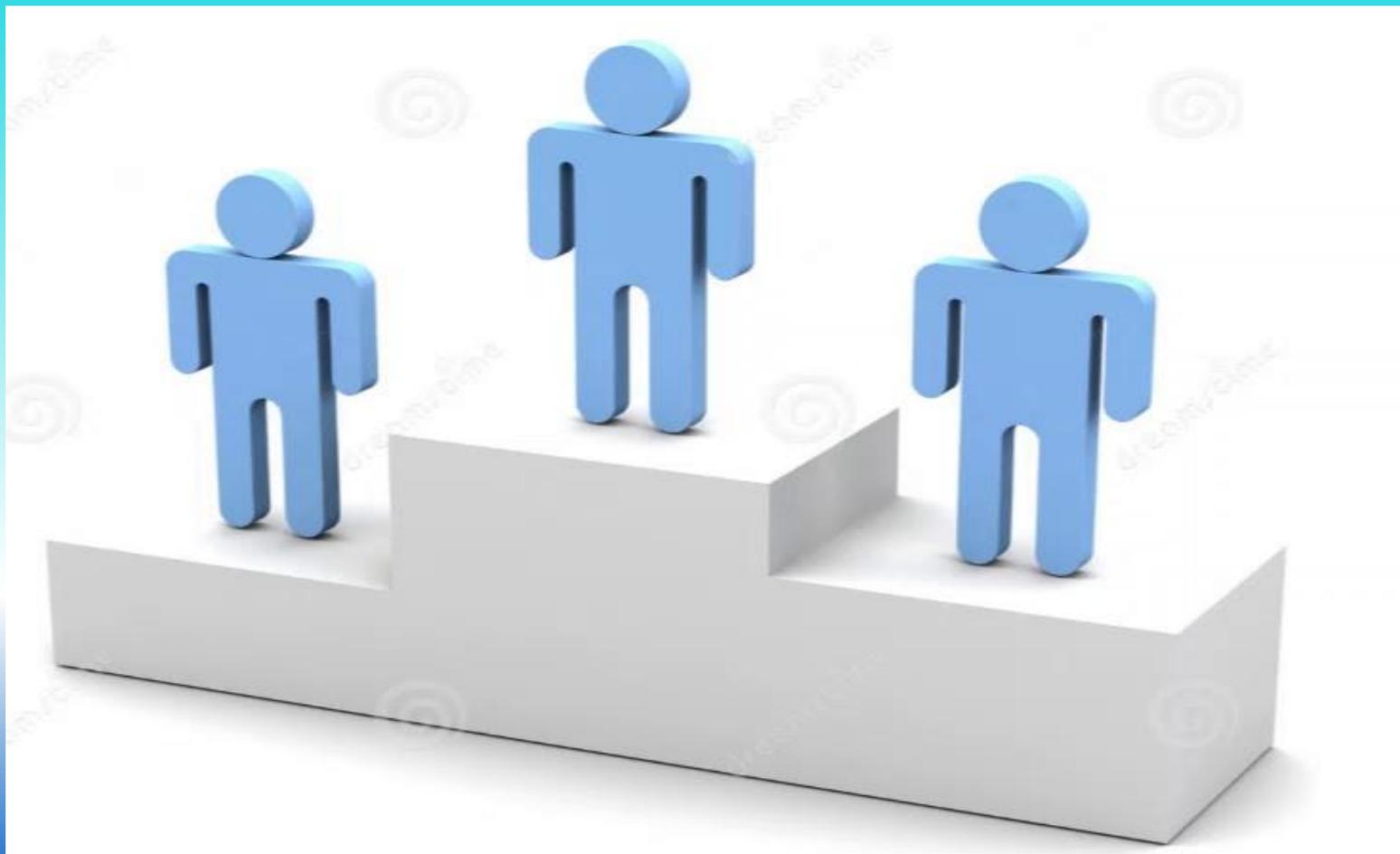
## Цели конкурентоспособности.

- **Исследования событий согласно повышению конкурентоспособности;**
- **Подбора контрагентов вместе с целью коллективной деятельности;**
- **Формирования плана выхода фирмы в новейшие рынки реализации;**
- **Реализация инвестиционной деятельности;**
- **Реализация правительственного регулирования экономики.**



Нынешняя биржа перенасыщен товарами, а также предложениями, покупателям важны качество, а также внешний вид продуктов.

Сущность конкурентной войны складывается в совершенствовании либо сохранении позиции компании на рынке



## **Методы оценки по показателям:**

- Категория компании;
- Тип способа;
- Особенности расплаты характеристик конкурентоспособности;
- Возможность моделирования конкурентоспособности;
- Учитываемые условия конкурентоспособности;
- Использование весомости характеристик;
- Источник данных с целью расчетов;
- Трудоемкость расчетов;
- Аспекты конкурентоспособности.

# SWOT-анализ

единственный из часто встречаемых

методов оценки конкурентоспособности нашей финансовой практики.

<b>Сильные стороны</b>	<b>Слабые стороны</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Высокое качество сервиса</li><li>2. Сплоченный команда</li><li>3. Налаженные партнерские взаимоотношения вместе с поставщиками</li><li>4. Высокое свойство товаров</li><li>5. Быстрая обрабатывание заявок</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Ограниченные экономические способности</li><li>2. Неудобное размещение</li><li>3. Отсутствие рекламных исследований рыночной ситуации</li><li>4. Недостаток познаний касательно соперников</li><li>5. Неизвестность фирмы</li></ol>
<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Дополнительные сервис</li><li>2. Увеличение числа рекламы</li><li>3. Обучение персонала</li><li>4. Развитие нынешних технологий</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Политическая непостоянность</li><li>2. Ценовой экспорт</li><li>3. Новые инвесторы для рынке</li><li>4. Повышение запросов к качеству</li><li>5. Снижение прибыли клиентов</li></ol>

**Метод оценивания  
конкурентоспособности в основе концепции рейтингов.**

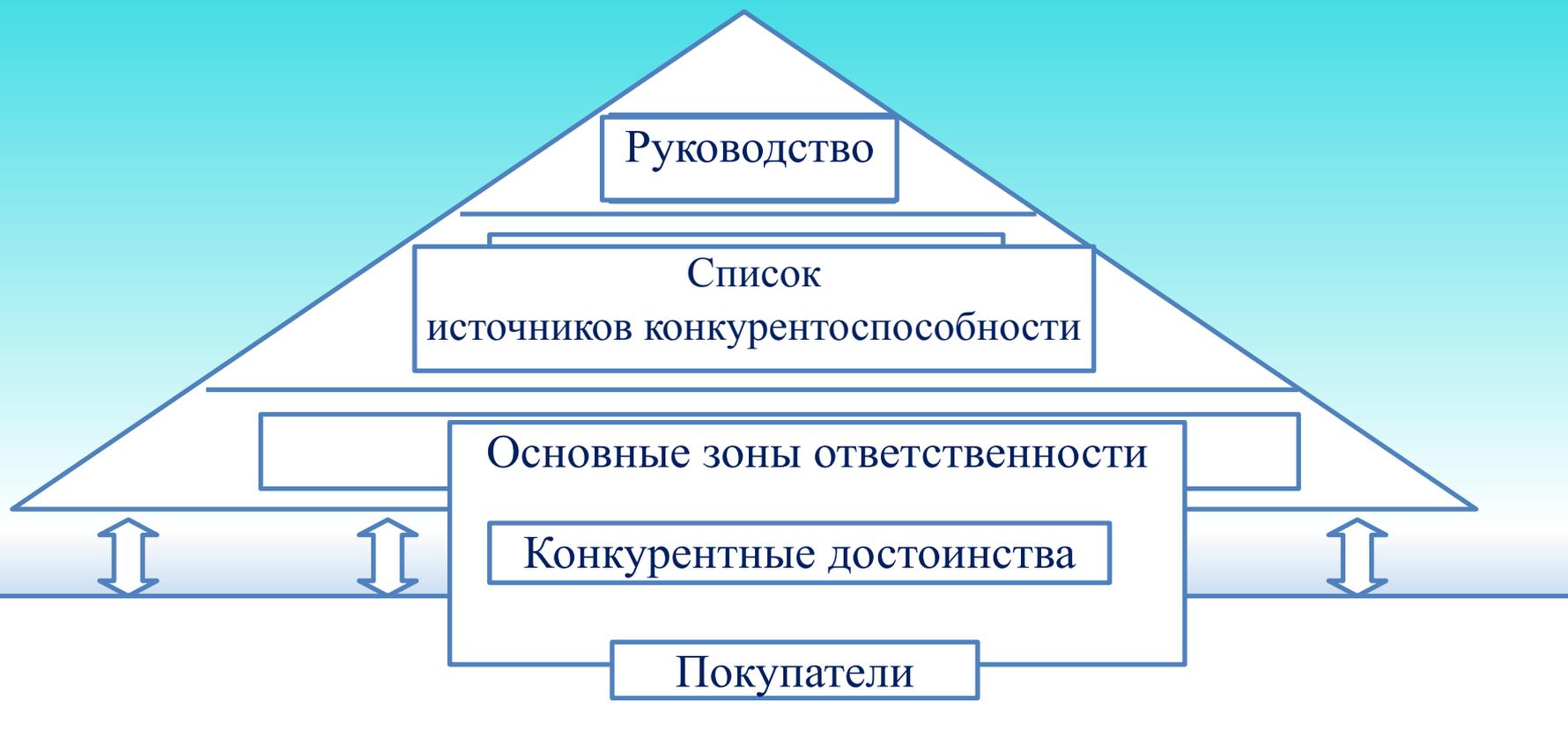
**Цель:** отметить несколько характеристик, которые вероятно нужно рассматривать в особенности важными.

- Достоинством данного способа позволительно назвать простоту и универсальность, однако, оценка характеристик весьма необъективна, а результат способен быть хорошим, только если этот метод использует специалист.

<b>Характеристики</b>	<b>Компания №1</b>	<b>Компания №2</b>	<b>Компания №3</b>
<b>Качество товаров</b>	5	5	5
<b>Цена товаров</b>	4	5	4
<b>Кол-во Товаров</b>	3	4	1
<b>Финансовая стабильность</b>	2	4	2
<b>Известность</b>	3	4	2
<b>Географ. положение</b>	3	5	5
<b>Итого</b>	3	5	3

## Коэффициент конкурентоспособности.

Теория формирования коэффициента конкурентоспособности хозяйствующего субъекта может осуществляться при помощи пирамиды конкурентоспособности фирмы.



## Ключевые компетенции предприятия.

- Основные зоны ответственности фирмы формируются в следствии консолидации имеющихся при компании ресурсов, технологий, а в частности умений.
- Эффективная фирма использует те же условия изготовления, что и ее соперники, но из-за организационных возможностей преобразовывает сведения условия в продукты.



**Благодарим за внимание!**

