

В интернет-ресурсах предпочитают обсуждать различные нотации бизнес-процессов и практически не обсуждаются образцовые примеры описания бизнес-процессов. Так, и в исследуемой компании выяснилось, что недооценивается важность описания бизнес-процессов сбыта готовой продукции. Неизвестен данный факт из-за того, что компания не раскрывает описания своих бизнес-процессов, т.к. относит их к своим ноу-хау.

В ходе тщательного анализа сбытовой деятельности предприятий, аналогичных ООО «Хаят Кимья», была разработана модель бизнес-процесса сбыта готовой продукции для исследуемого предприятия, представленная на рисунке 2.

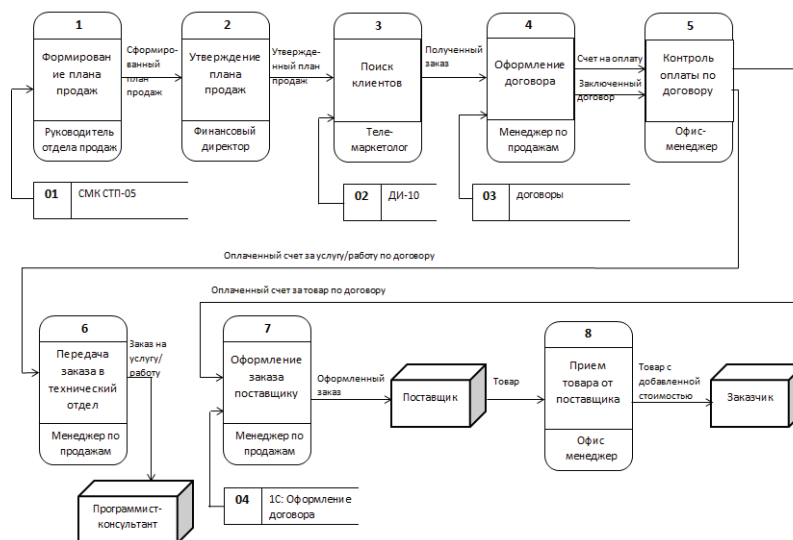


Рисунок 2. Описание бизнес-процесса сбыта готовой продукции для ООО «Хаят Кимья».

Цель логистической деятельности считается достигнутой, если выполнены шесть правил логистики. Несоблюдение хотя бы одного из условий может привести к потере клиента. Очевидно, описание бизнес-процессов сбыта продукции как нельзя лучше способствует выполнению данных условий. В этом случае предприятие перестает быть «черным ящиком», процесс становится прозрачным, что, безусловно, поможет избежать «узких мест».

Литература:

1. 3Официальный сайт «Хаят Кимья». URL: <http://www.rusprofile.ru/id/5707530> (дата обращения: 4.03.16).
2. 2Чеботарев В.Г., Громов А.И. Научная статья «Эволюция подходов к управлению бизнес-процессами // Журнал «Бизнес-информатика». 2010.№1 (11). С.14-21.
3. 1Шеер А.В. Моделирование бизнес-процессов: Пер. с англ. М.: Весть-МетаТехнология, 2012. 205 с.

Габитова Р.Р.

*Научный руководитель: канд.экон.наук, доц. Васильев В.Л.
Елабужский институт Казанского (Приволжского) федерального университета
г. Елабуга*

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ФИРМЫ С ПОМОЩЬЮ ИНФОРМАЦИОННЫХ И ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ ПРОДАЖ

Аннотация. В данной статье рассмотрены основы конкурентоспособности фирм, пути ее совершенствования с использованием информационных и интернет-технологий продаж.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность фирмы, интернет-технологии.

Gabitova R.R.

*Scientific supervisor: PhD, associate Professor Vasil'ev V.L.
Kazan Federal University, Elabuga Institute of KFU
Elabuga*

IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF FIRMS THROUGH INFORMATION AND INTERNET TECHNOLOGY SALES

Abstract. This article describes the basics of the competitiveness of firms, ways of its improvement with use of information and Internet technology sales.

Keywords: competition, competitiveness of firms, Internet technologies.

В последнее время в условиях современной экономики и ситуаций на рынке обостряется конкурентная среда среди множества производителей, в связи с чем, весьма актуальным является изучение более эффективных методов повышения конкурентоспособности компаний. Ведь одним из основных стержней для «выживания» и успешной деятельности предприятий в современных рыночных условиях является именно наличие высокой конкурентоспособности фирмы.

Конкуренция является неотъемлемой частью рыночной экономики. Еще А. Смит определял конкуренцию как «невидимую руку», обеспечивающую функционирование рыночного механизма ценообразования и регулирующую пропорции общественного производства. Именно в ходе конкуренции происходит «естественный отбор» наиболее эффективных субъектов рыночных отношений [1, с.6].

Конкурентоспособность по-другому можно выразить как способность к конкуренции. В конкурентной рыночной среде основной задачей производителей является стремление быть лучше, иметь больший спрос потребителей в отличие от других компаний, работающих на данном рынке.

На современном рынке наблюдается все больший рост конкуренции между фирмами. Конкурентоспособность не может быть достигнута в короткий промежуток времени. Она достигается путем длительной работы на рынке. В результате требуется все больше уделять внимание разработкам по повышению конкурентоспособности компании в маркетинговой деятельности. На сегодняшний день для повышения конкурентоспособности фирмы следует разрабатывать конкурентные стратегии на основе таких современных конкурентных преимуществ, как применение информационных и интернет-технологий продаж.

Интернет-технологии являются эффективным компонентом для формирования структуры конкурентной стратегии в условиях современного рынка, с помощью которого организуется более результативная производственно-сбытовая деятельность предприятий. Многие производители не знакомы с развивающимися функциональными возможностями данных технологий. Поэтому целесообразным будет остановиться на изучении и исследовании таких современных методов повышения конкурентоспособности, как информационные и интернет-технологии, и их применении в конкурентной борьбе.

Информационные технологии в нынешнее время считаются ведущим продуктом эффективной маркетинговой деятельности и имеют важное стратегическое значение для предприятий. Поскольку именно автоматизированная система информационных процессов служит стратегическим фактором конкуренции.

Главным образом, с помощью информационных технологий можно получить довольно широкий массив информации о спросе, о состоянии рынка и о других показателях, необходимых при проведении маркетингового исследования, что дает перспективу для продвижения востребованных товаров и услуг определенному заинтересованному кругу лиц.

Внедрение Интернет-технологий в процесс деятельности компаний играет огромную роль. Ведь на основе маркетинга, ориентированного на использование «всемирной паутины», формируется и развивается рынок, осуществляется производственно-сбытовая деятельность предприятий с ориентацией на потребителя, развивается конкурентоспособность фирмы.

Использование интернет-технологий для фирмы дает ряд преимуществ:

- расширение границ рынка;
- возможность взаимодействия сразу с большим количеством клиентов;
- возможность эффективно реагировать на изменяющиеся потребности рынка;
- более низкая «ценовая планка» для реализации рекламной политики;
- автоматизация обслуживания клиентов;
- снижение расходов по продвижению товаров;
- сокращается время поиска партнеров;

- при торговле через Интернет требуется меньше финансовых и трудовых затрат.

Следовательно, можно утверждать, что Интернет-технологии в стратегии конкурентной борьбы предприятий представляют собой ресурсы, которые являются главными составляющими рекламных компаний, реализации товарной политики, основными факторами стимулирования сбыта. Использование новейших технологий позволяет организовать эффективную деятельность предприятия, в результате чего происходит не только стабильное развитие компании, но и рост конкурентоспособности фирмы и преимущества перед другими агентами рынка.

Как говорилось ранее, интернет-технологии – это те инструменты, с помощью которых организации могут конкурировать на рынках, и которые играют огромную роль в становлении эффективной деятельности фирмы. Проведя исследование методов применения Интернета компаниями, мы можем выделить такой популярный инструмент, как интернет-торговля. По данным исследования агентства DataInsight, на 2015 год объем рынка Интернет – торговли в России составил 650 млрд. руб. (160 млн. заказов, средний чек – 4050 руб.), что на 90 млрд. руб. выше, чем в 2014 году, что обозначено нами в рисунке 1 [2].



Рисунок 1. Объем рынка Интернет – торговли в России с 2011-2015 гг.

Как показывает практика, одной из конечных задач маркетинга является активизация сбыта, продаж. Данная динамика развития онлайн-рынка России позволяет утверждать, что Интернет-торговля и есть один из источников формирования эффективного рынка сбыта. Следовательно, можно с достаточной уверенностью сказать, что электронная торговля, играет существенную роль в бизнес-деятельности компаний, способствуя повышению их эффективности и конкурентоспособности.

Литература:

1. Александров А.К. Конкурентоспособность предприятия (фирмы): учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2013. 285 с.
2. Интернет - торговля в России - 2015 г. // Интернет в России и в мире. URL: http://www.bizhit.ru/index/itogi_internet_torgovli_2015_data_insight/0-589 (дата обращения: 02.02.2016).
3. Сухарев О.С., Курманов Н.В., Мельковская К.Р. Функциональный и интернет-маркетинг. М.: КУРС: ИНФРА-М, 2013. 352 с.

Нагимулина Р.Р.

*Научный руководитель: канд.экон.наук, доц. Гапсаламов А.Р.
Елабужский институт Казанского (Приволжского) Федерального Университета
г.Елабуга*

СИСТЕМА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ТРУДОВЫХ ДЕЙСТВИЙ ПЕДАГОГА

Аннотация. Статья посвящена теме система оценки эффективности реализации трудовых действий педагога. Особое место отведено изучению оценки результатов работы педагогов.

Ключевые слова: образование, оценка педагогических кадров, мотивация, процесс обучения, оценки, трудовые действия.