

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Учреждение образования
“Витебский государственный технологический университет”

КБК 65.290

УДК 334.02:67/68
№ госрегистрации 2002573
инвентарный номер _____



Утверждаю:
Проректор по научной работе
С.М.Литовский
01 _____ 2004 г.

ОТЧЕТ

О НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ

“ ИССЛЕДОВАНИЕ И РАЗРАБОТКА МЕТОДИК ОЦЕНКИ

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ”

2001-В174-031
(заключительный)

Научный руководитель Н.Л.Прокофьева 28.12.03
(подпись, дата)

Начальник НИСа С.А.Беликов 8.01.04
(подпись, дата)

Витебск, 2004

Список исполнителей:

1. Прокофьева Н.Л. -

Введение: 1.1; 1.5; 1.7; 2.1.2; 2.1.4;
2.5; 2.7; 3.2; 3.4; Заключение


25.12.03
(подпись)

2. Данченко В.Ф. -

1.3; 2.2.1; 2.2.2


25.12.03
(подпись)

3. Рипецкая Л.А. -

1.2; 2.1.1; 3.1


25.12.03
(подпись)

4. Дем О.Д. -

1.4; 2.3.2; 3.3


(подпись)

5. Домбровская Е.Н. -

2.4


25.12.03
(подпись)

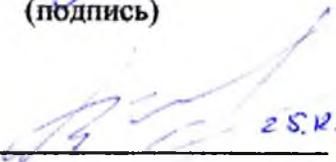
6. Квасникова В.В. -

2.1.3


25.12.03
(подпись)

7. Шаранков В.В. -

1.5; 2.4; 2.6; 3.5


25.12.03
(подпись)

8. Юхманов А.С. -

2.3.2


25.12.03
(подпись)

9. Варивода Д.А. -

1.4


25.12.03
(подпись)

В сборе и обработке информации принимали участие студенты:

1. Логунов И.

Гр.ЭУ -7

2. Корзун А.

ЗЭ-35

3. Нежданов А.

ЗЭ-37

4. Еременко М.

ЭУ-10



РЕФЕРАТ

Отчет 178 с. кн.1. табл., источников 22, приложения 2.

Конкуренция, конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность продукции, производственный потенциал, финансовый потенциал, качество продукции, единичные показатели, интегральные показатели, государственное стимулирование конкурентоспособности, ценообразование, стратегии, налоговая нагрузка, стандартизация.

Объектом исследования являлись промышленные предприятия Республики Беларусь, поставляющие продукцию потребительского и производственно-технического назначения на внутренний рынок.

Цель работы: проанализировать предлагаемые методики оценки конкурентоспособности предприятий, оценить возможности их применения при принятии решений для предприятий различных отраслей и подотраслей промышленности и сформулировать рекомендации по совершенствованию методик оценки конкурентоспособности и практические рекомендации для предприятий.

Для анализа аналитической информации применялись экономико-статистические методы математического моделирования.

Результатом проведенных исследований являются предложенные методики оценки производственного и финансового потенциалов, товаров и предприятий; показаны различия при выборе показателей для оценки конкурентоспособности продукции разного потребительского назначения, сформулированы рекомендации для конкретных предприятий и отрасли «легкая промышленность».

СОДЕРЖАНИЕ

	стр
Введение	4
1 Сущность, виды, методы оценки конкурентоспособности	6
1.1 Понятие и виды конкурентоспособности	6
1.2 Методические аспекты конкурентоспособности продукции в оценке конкурентоспособности предприятий	8
1.3 Проблемы оценки производственного потенциала предприятия	25
1.4 Проблемы оценки финансового потенциала предприятий в современных условиях	31
1.5 Производственно инвестиционные аспекты повышения конкурентоспособности предприятия	35
1.6 Факторы, влияющие на качество продукции и конкурентоспособность	38
1.7 Влияние политико-правовой среды на выбор государственных мер обеспечения и стимулирования конкурентоспособности	40
2. Оценка конкурентоспособности предприятия	46
2.1 Анализ конкурентоспособности продукции.....	46
2.1.1 Анализ конкурентоспособности продукции ОАО "ВКШТ"	46
2.1.2 Анализ конкурентоспособности продукции ОАО "МЛЗ"	54
2.1.3 Оценка конкурентоспособности продукции предприятий обувной отрасли.....	59
2.1.4 Анализ конкурентоспособности продукции по цене на внутреннем рынке.....	67
2.2 Оценка производственного потенциала предприятия.....	76
2.2.1 Оценка производственного потенциала РУПП "Рассвет"	76
2.2.2 Оценка производственного потенциала ПРУП "Завод "Эвистор"	85
2.3 Оценка финансового потенциала предприятия.....	98
2.3.1 Сравнительный анализ показателей финансового состояния ОАО "Красный Октябрь" и его конкурентов....	98
2.3.2 Экспресс - анализ финансового потенциала АПТП "Оршанский льнокомбинат"	101
2.4 Оценка инновационной деятельности швейных предприятий.....	108
2.5 Анализ конкурентоспособности ОАО "МЛЗ"	113

2.6	Практические приложения имитационных методов моделирования к построению модели конкурентоспособного предприятия.....	122
2.7	Анализ влияния организационно-экономических условий на выбор стратегий конкурентного преимущества.....	133
3	Конкурентоспособность и пути ее достижения.....	142
3.1	Сравнительная оценка конкурентоспособности продукции ОАО "ВКШТ" и рекомендации по ее повышению.....	142
3.1.1	Выбор конкурентной стратегии.....	142
3.1.2	Улучшение критериев конкурентоспособности продукции.....	143
3.1.3	Проведение эффективной конкурентной политики.....	145
3.1.4	Выход на новый рынок сбыта с предельно низкой ценой	146
3.1.5	Замена сырьевого состава технической ткани.....	149
3.2	Рекомендации по повышению конкурентоспособности ОАО "МЛЗ".....	150
3.3	Приоритетность и последовательность действий по обеспечению конкурентоспособности продукции.....	156
3.4	Новое управленческое мышление в организации производства, повышающее его конкурентные качества..	158
	Заключение	166
	Литература	170
	Приложения	172

ВВЕДЕНИЕ

В результате организационных и экономических преобразований, произошедших в Республике Беларусь, производители продукции товаров и услуг столкнулись с рыночной конкуренцией, под которой принято понимать как "борьбу фирмы за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, ведущуюся фирмами на доступных им сегментах рынка" [1. с. 5].

Конкуренция возникает потому, что у одной или нескольких компаний появляется возможность лучше удовлетворить потребности или возникает необходимость улучшить свою деятельность либо увеличить свою долю рынка. Если рассматривать совокупный объем платежеспособного спроса (включая юридических и физических лиц? государственные заказы), то конкурентами являются все производители, поставляющие товары и услуги на государственный рынок. При сложившейся структуре спроса возникает конкуренция между производителями схожих товаров и услуг.

Обе проблемы актуальны для любого предприятия. И если промышленности в целом за период 1990-2002г.г. удастся удерживать свою долю платежеспособного спроса в экономике (удельный вес продукции промышленности в экономике) на уровне 46-48%, то легкая промышленность уступила свою долю с 8% в 1990 г. до 3,2% - в 2002 г.

Неэффективность действий по удовлетворению потребителей, отсутствие конкурентных стратегий стоили предприятиям половины доли рынка (предложение потребительских товаров на 1 рубль денежных доходов населения снизилось с 0,958 в 1991 до 0,418 - в 2002), а легкой промышленности - на 80% (предложение товаров легкой промышленности на 1 рубль денежных доходов населения соответственно снизилось с 0,29 до 0,06)[2. с. 25; с. 350]

В условиях формирования новых механизмов хозяйствования, ориентированных на рыночную экономику, перед промышленными предприятиями встает необходимость менять тип экономического поведения, считаться с законами и требованиями рынка, приспособившая все стороны производственной деятельности к меняющейся ситуации.

Рынок предопределяет ориентацию производства на удовлетворение нужд и запросов потребителей. Важнейшим свойством воздействия на потребителя является товар как продукт человеческой деятельности предназначенный для обмена. Для того, чтобы товар мог выполнить свое предназначение, он должен удовлетворять двум требованиям:

- обладать потребительскими свойствами, т.е. быть полезным для личного и общественного потребления;
- быть конкурентоспособным, т.е. его приобретение должно быть более выгодно и удобно покупателю, чем покупка другого товара,

удовлетворяющего те же потребности, или аналогичных изделий у другого продавца.

Вопросам конкурентоспособности и ее управлению посвящено достаточно много внимания. Отечественные и зарубежные публикации отражают сложность предмета исследования, так как конкурентоспособность любого товара определяется множеством факторов, которые столь значительны и своеобразны, что не может существовать единой методики сбора данных по этим факторам, их обработке и идентификации для определения уровня интенсивности конкурентной борьбы на данном рынке.

Повышение конкурентоспособности - это не только цель каждого самостоятельно хозяйствующего субъекта, но и сфера интересов государства, так как производство конкурентоспособной продукции увеличивает экспортный потенциал за счет расширения рынков сбыта. С этой целью разработана система стандартов и принят Указ Президента Республики Беларусь № 268 от 20.05.98 "О повышении конкурентоспособности продукции отечественного производства (работ и услуг) и об усилении ответственности изготовителей, поставщиков и продавцов за качество продукции (работ и услуг)."

Заинтересованность предприятий, нормативно-правовое обеспечение и организационно-экономическое стимулирование со стороны государства могут обеспечить мультипликативный эффект - конкурентоспособность предприятий - конкурентоспособность отраслей - конкурентоспособность государства.

Исследованию факторов внешней и внутренней среды, методов оценки отдельных составляющих конкурентоспособности на уровне предприятия посвящена данная работа.

Цель работы - на основе имеющихся теоретических концепций оценки конкурентоспособности предложить систему показателей для практического применения на предприятиях Республики Беларусь и разработать рекомендации по координации усилий государства и субъектов предпринимательства по этой проблеме.

Список используемых источников

1. Юданов Ю.А. Конкуренция: теория и практика. Учебно-практическое пособие.-М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», изд.»ГНОМ-Пресс»,1998.-384.
2. Статистический ежегодник Республики Беларусь , 2003 (Стат.сб.) Минстат Республики Беларусь – Минск, 2003. – 607с.
3. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика: -М.:Центр экономики и маркетинга, 1996.—208с.
4. Александрович Я.М., Богданович А.В. Оценка конкурентных преимуществ и направления повышения конкурентоспособности национальной экономики Республики Беларусь //Белорусская экономика : анализ, прогноз регулирование. – 2003. - №4. – с.34-40.
5. Белоусов В.Л. Анализ конкурентоспособности фирмы.//Маркетинг в России и за рубежом. – 2001.- №5. – С.17-23.
6. Волкова Н.В. Основы конкурентоспособности национальной экономики в условиях глобализации. //Белорусская экономика : анализ, прогноз регулирование. – 2003. - №5.- с.43-51.
7. Волонцевич Е.Ф. Конкурентоспособность фирм: Методические рекомендации. – Мн.:Изд-во БГЭУ, 2000.-48с.
8. Годовачев А.С., Горбачевич С.Л. Конкурентоспособность страны, предприятия и товара: Научно-методическое пособие. Мн.: Академия управления при Президенте Республики Беларусь , 2001. – 113с.
9. Зулькарнаев И.У., Ильясова Л.Р. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий.//Маркетинг в России и за рубежом.-№4.-2—1.-С.12-19.
- 10.Лифшиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг.-М.: Юрайт-М, 2001.-224с.
- 11.Тайсон-мл., Артур,А.,Стрикленд Ш. А., Дм. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа: Пер.с англ.-М.: Изд.дом «Вильямс», 2002 –928с.
- 12.Яшева Г.А. Конкурентоспособность предприятий легкой промышленности: оценка и направления повышения /Г.А.Яшева, Н.Л.Прокофьева, В.В.Квасникова. – Витебск: УО «ВГТУ». 2003. – 302с.
- 13.Фатхутдинов Р.А. Организация производства. М. «Инфра-М», 2001.
- 14.Дурович А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности.- Мн.: НИЖ «Финансы, учет, аудит», 1997.
- 15.Рыночная экономика.Основы бизнеса. М., «СОМИНТЭК», 1992.
- 16.Лукинов И.И., Онищенко А., Пасхавер Б. Аграрный потенциал: исчисление и использование. Вопросы экономики, 1988. №1.
- 17.Колонтай И.М. Инновационный менеджмент. Мн.:1997.

18. Свободин В.И. Производственный потенциал сельскохозяйственного предприятия и оценка эффективности его использования. Вестник статистики. 1984. №10.
19. Яшева Г.А. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Мн., 1990
20. Соле Парельяда Ф.Ю Мишкевич М.В. Промышленная политика: Практическое пособие/Под ред. М.В. Мишкевича; Пер. с исп. Х-К.Л. Попка.-Мн.: БГЭУ, 2000.-94с.
21. Bengt Karlöf, Business Strategy. A Guide to Concepts and Models, "M", Macmillan Reference, Books, 1993.
22. Harvey Mackay, Swim With the Sharks Without Being Eaten Alive, Willam Morrow and Company. inc., New York. 1993.