

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРФЯНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

О.Д. Дём, П.И. Манак

В современных условиях развитие экономики Беларуси значительно зависит от поставки энергетических ресурсов от других государств. Правительством неоднократно принимались программы по энергосбережению на предприятиях, но при этом никогда не уделялось большого внимания торфопредприятиям нашей страны и тем более использованию методики оценки конкурентоспособности предприятий с учетом специфики данной отрасли.

Предприятия, добывающие торф, являются одними из перспективных для экономики Республики Беларусь (далее РБ), так как они позволяют:

- снизить зависимость РБ от покупки внешних энергоресурсов;
- получить доступ к внешнему рынку с большой емкостью.

Учитывая такую высокую привлекательность отрасли, производители предприняли наступательную стратегию на рынке. Для удержания своей доли рынка необходимо на всех уровнях управления разрабатывать и осуществлять меры как по повышению конкурентоспособности своей продукции, так и в целом предприятия.

Инструментарием для решения стратегических задач повышения конкурентоспособности может служить комплексный подход по разработке и построению модели конкурентоспособности промышленного предприятия.

Изучение работ таких экономистов, как А.П. Дурович, В.Д. Андрианов, И.М. Лифиц, по проблеме оценки конкурентоспособности выявило неоднозначность их мнений в оценке конкурентоспособности предприятия.

Автор методики комплексной оценки конкурентоспособности В.А. Мошнов предлагает использовать математическое моделирование, которое позволяет выявить особенности функционирования экономического объекта и на основе этого предсказывать будущее поведение объекта при изменении каких-либо параметров. Сущность методики заключается в построении имитационной модели рыночного равновесия в условиях конкурентного соперничества товаропроизводителей (сфера) на основе оценки конкурентоспособности конкретного хозяйствующего субъекта и состоит из следующих этапов:

- задание координат точек для построения сферы;
- градуировка и разработка матрицы данных;
- разработка формул для вычисления объемов;
- определение значения радиуса сферы;
- интерпретация модели «Рыночная оценка конкурентных позиций предприятия» и вычисление объема сферы;
- вычисление объема вписанной в сферу геометрической фигуры, характеризующей конкурентоспособность хозяйствующего субъекта;
- определение отношения объема вписанной фигуры к объему сферы [1].

Пример идеального варианта модели монопольного рынка, которая разработана при помощи компьютерной программы «MathCAD Professional 2001», представлена на рисунке 1.

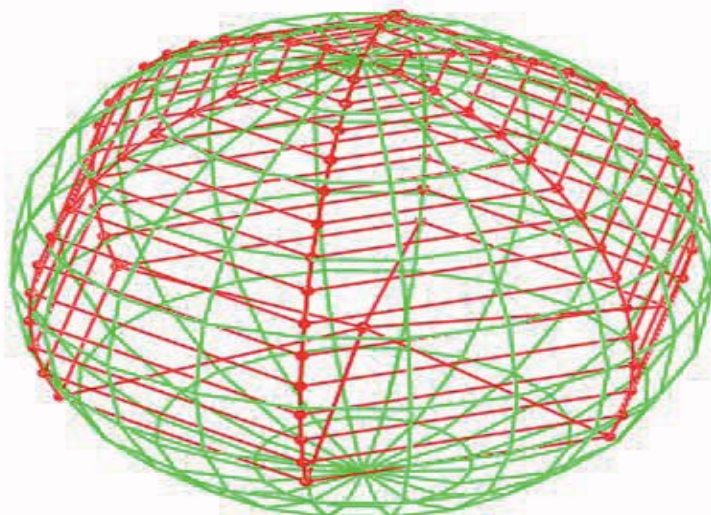


Рисунок 1 – Идеальный вариант модели монопольного рынка

При оценке конкурентоспособности торфоперерабатывающих предприятий данная методика в силу своей сложности применения была значительно упрощена и сведена к определению конкурентоспособности с помощью построения и вычисления объема пирамиды (рисунок 2).

Основанием пирамиды является многоугольник, который состоит из шести векторов лучей и характеризует внутренние конкурентные преимущества:

- конкурентоспособность продукции;
- финансовое состояние предприятия;
- эффективность маркетинговой деятельности;
- рентабельность продаж;
- имидж предприятия;
- эффективность менеджмента.

Представленные шесть критериев отражаются с помощью показателей следующим образом (таблица 1):

Таблица 1 – Значение показателей оценки конкурентоспособности

Критерии и показатели конкурентоспособности	ПРУТ им. Даумана	УП «Витебское»	ПРУТ 1 Мая
Конкурентоспособность продукции	1	1	1
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,07	0,1	0,09
Эффективность маркетинговой деятельности	0,69	0,98	0,1
Рентабельность продаж, %	0,12	0,21	0,1
Имидж (марочный капитал) предприятия	0,8	0,7	0,9
Эффективность менеджмента	0,11	0,2	0,09
Доля на рынке, %	65	25	10

- конкурентоспособность продукции для всех данных предприятий принята за 1(максимальное значение) исходя из соответствия технических параметров этой продукции действующим техническим условиям;

- коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами рассчитывается исходя из типовой инструкции, его нормативное значение 0,3;

- эффективность маркетинговой деятельности оценивается исходя из темпов роста объема продаж и темпов роста затрат на маркетинг;

- рентабельность продаж рассчитывается как отношение прибыли от реализации продукции к выручке нетто;
- имидж предприятия оценивается по количеству повторных заказов за определенный период времени;
- эффективность менеджмента рассчитывается как отношение прибыли к затратам на реализацию.

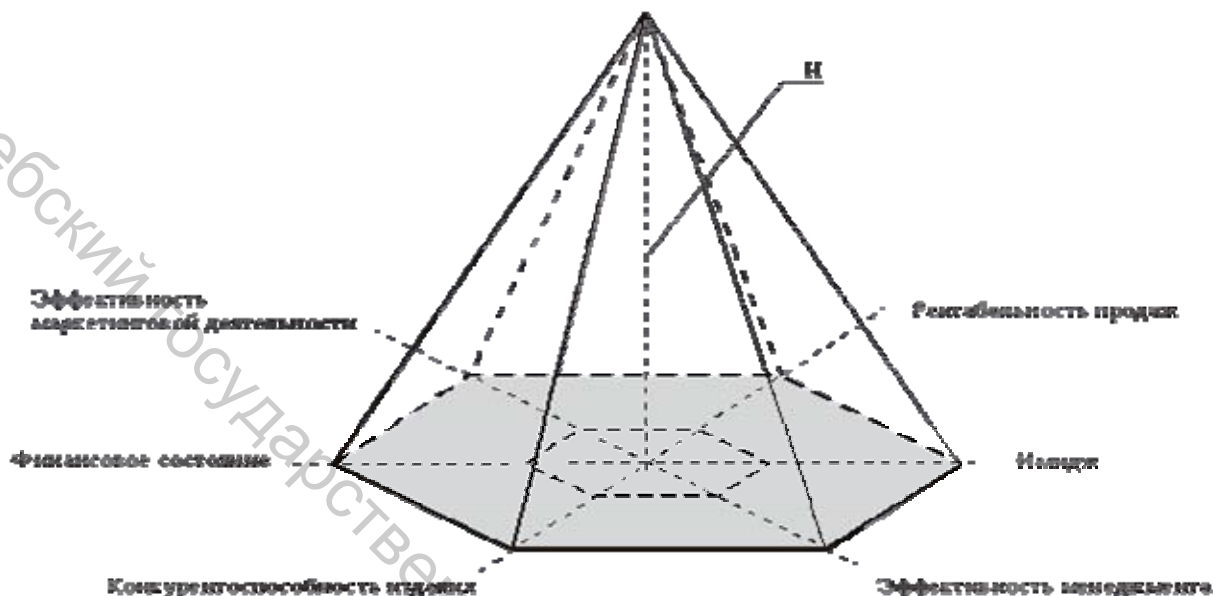


Рисунок 2 – Идеальный вариант модели монопольного рынка

Основание пирамиды можно рассчитать по следующей формуле:

$$P_{\text{кон}} = \frac{1}{2} \times \sin \alpha \times (K_1 \times K_2 + K_2 \times K_3 + \dots + K_6 \times K_1), \quad (1)$$

где $P_{\text{кон}}$ – площадь основания пирамиды (многоугольника конкурентоспособности продукции); $\sin \alpha$ – угол между векторами в многоугольнике (основании), т.к. векторов в модели шесть, то угол будет равен 60° .

Используя параметры внутренней конкурентоспособности предприятия $P_{\text{кон}}$ и результирующего параметра H (доля рынка), преобразуем предложенное выражение. Тогда конечная формула оценки конкурентоспособности предприятия будет иметь следующий вид:

$$Э_k = \frac{1}{3} \times P_{\text{кон}} \times H, \quad (2)$$

где $Э_k$ – оценка конкурентоспособности промышленного предприятия.

Вычисление объема получаемой пирамиды будет определять конечную оценку реальной конкурентоспособности предприятия.

С помощью данной пирамиды была проведена оценка конкурентоспособности трех предприятий: ПРУТ имени «Даумана», УП «Витебское» и ПРУТ имени 1 Мая, которые конкурируют по грунту питательному «Двина» на внутреннем рынке. Подставив соответствующие данные таблицы 1 в формулы 1 и 2, мы получим итоговые значения конкурентоспособности предприятия, которые представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Итоговая оценка конкурентоспособности

Наименование показателя	ПРУТ им. Даумана	УП «Витебское»	ПРУТ 1 Мая
Конкурентоспособность предприятия	0,02	0,01	0,002

Такой методический подход к оценке конкурентоспособности предприятия дает возможность анализировать влияние отдельных факторов, обеспечивающих конкурентное положение предприятия на рынке, а также оценивать возможные последствия их изменения в будущем. Упрощенная методика оценки может быть использована для оценки конкурентоспособности торфопредприятий. Достоинством оценки конкурентоспособности предприятия с помощью пирамиды является то, что она удобна в применении, наглядна и, самое важное, позволяет объективно оценить конкурентоспособность предприятий.

Список использованных источников

1. www.cfin.ru/management/strategy/estimate_competitiveness.shtml

SUMMARY

In article is offered author's methods of the complex estimation to competitiveness to peat industry with reference to with the result that it is revealed that competitiveness is defined by means of buildings and calculations of the volume of the pyramid, which base is a polygonal figure, consisting of poles vector beam, characterizing internal competitive advantage of the enterprise: competitiveness to product, financial condition of the enterprise, efficiency to marketing activity, profitability of the sale, image enterprises, efficiency of management. The Enterprise, having maximum volume of the pyramid, is a leader.

УДК 338.24:330.47

МЕСТО ИНФОРМАЦИИ В СИСТЕМЕ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

Н.Н. Олешкевич

Введение

Возрастающие потребности человека и общества оказывают стимулирующее воздействие на развитие производственно-экономической сферы. Сначала результатом этого воздействия было разделение труда, затем открытия в науке и технологии и, наконец, вовлечение в производственные процессы новейших факторов производства – предприимчивость, время, информацию. Долгое время эти факторы производства дополняли и обслуживали совокупность факторов, рассматриваемых в традиционной экономической теории (труд, земля, капитал). Однако современный уровень развития производственно-экономической сферы и общественных потребностей требует качественно нового способа использования экономических ресурсов, который бы обеспечивал всестороннее вовлечение указанных факторов, и прежде всего – информации, в производственно-экономический процесс.

МЕСТО ИНФОРМАЦИИ В СИСТЕМЕ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

Как *фактор производства*, информация обеспечивает систематизацию знаний, материализованных в систему механизмов, машин, оборудования, моделей менеджмента и маркетинга. [5]

В процессе управления производством руководитель оперирует понятием «экономическая информация» (англ. economic information) - сведения, уменьшающие неопределенность, недостаток знаний, дополняющие