Таким образом, изучив понятие и состав финансовых ресурсов предприятия, становится очевидно, что в условиях развития рыночной экономики наличие финансовых ресурсов на предприятии является основным критерием безубыточной работы предприятия, и поэтому каждому предприятию необходимо изыскивать экономические пути увеличения финансовых ресурсов на предприятии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балабанов, И.Т. Основы финансового менеджмента. Уч. пос. − 2изд. допол. и перераб. / И.Т. Балабанов − М.: Финансы и статистика, 2008. – 274 с.
2. Указ Президента Республики Беларусь от 5 февраля 2013 г. № 63 «О некоторых вопросах правового регулирования процедур экономической несостоятельности (банкротства)».

УДК: 338.33(476)

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ И ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

Хобец А.М.
УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республика Беларусь

На современном этапе функционирования экономики предприятия должны быть конкурентно-устойчивыми и маркетингово-ориентированными в постоянно меняющейся рыночной среде.

Целью работы являлось изучение основных подходов оценки и определение направлений повышения эффективности конкурентоспособности продукции. Объектом исследования выступили методические подходы и мнения разных авторов в современной экономической литературы.

Анализ конкурентоспособности начинается с оценки нормативных параметров. Если хотя бы один из них не соответствует уровню, который предписан действующими нормами и стандартами, то дальнейшая оценка конкурентоспособности продукции нецелесообразна, независимо от результата сравнения по другим параметрам. Производится подсчет групповых показателей, которые в количественной форме выражают различие между анализируемой продукцией и потребностью по данной группе параметров и позволяют судить о степени удовлетворения потребности по этой группе. Рассчитывается интегральный показатель, который используется для оценки конкурентоспособности анализируемой продукции по всем рассматриваемым

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

группам параметров в целом. Результаты оценки конкурентоспособности используются для выработки вывода о ней, а также для выбора путей оптимального повышения конкурентоспособности продукции для решения рыночных задач.

Имея представление о конкурентоспособности предприятий необходимо обозначить методические подходы к её оценке, которые можно представить в виде основных четырех групп.

1. Подходы, основанные на расчете сводного (интегрального) показателя. 2. Подходы, основанные на расчете частных (единичных) показателей. 3. Экспертные подходы. 4. Матричные подходы.

Для интегральной оценки конкурентоспособности предприятий Р.А. Фатхутдиновым предлагается формула, учитывающая весомость товаров и рынков, на которых они реализуются:

$$\text{Корг} \geq \sum_{i=1}^{n} ai\, bi * Kij \rightarrow 1$$

где ai – удельный вес i-го товара предприятия в объеме продаж за анализируемый период (определяется долями единицы, i = 1, 2, 3, …, n); bi – показатель значимости рынка, на котором представлен товар предприятия.

Для промышленно развитых стран (США, Япония, стран Евросоюза, Канада и др.) значимость рынка рекомендуется принимать равной 1,0; для остальных стран – 0,7; для внутреннего рынка – 0,5; Kij – конкурентоспособность i-го товара на j-м рынке.

На основе проведенного анализа различных подходов к оценке конкурентоспособности предприятий представляется возможным сделать следующие выводы:

1) рассматриваемые подходы сужают область оценки факторов, определяющих уровень конкурентоспособности предприятий и не учитывают их маркетинговую ориентацию на остальных участников рыночного пространства; 2) часть авторов учитывают только внутренний потенциал предприятий, т.е. их внутренние факторы, а некоторые рассматривают конкурентоспособность предприятий только в зависимости от структуры рынка и конкуренции на нем (внешние факторы); 3) матричные и экспертные подходы могут применяться с достаточной степенью достоверности для укрупненной оценки конкурентоспособности предприятий, т.к. они в полной мере не дают объективных результатов и в основном используются в качестве дополнительных; 4) каждый подход имеет свои ограничения по учету тех или иных факторов; 5) рассмотренные подходы не делают акцент на ключевые региональные или отраслевые факторы конкурентоспособности предприятий.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

Набор определяющих конкурентоспособность факторов позволяет сформировать методический подход к оценке конкурентоспособности предприятия в условиях их маркетинговой ориентации на основе его интегрального показателя. Такое представление к разработке методического подхода к оценке конкурентоспособности предприятий на основе интеграции показателей сгруппированных в подсистемы может позволить учесть изменчивые факторы внутренней и внешней среды в интересах роста экономики региона или отрасли и удовлетворении потребностей всех участников рыночного пространства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кендюх Е. И. Содержание маркетинговой деятельности по повышению конкурентоспособности продукции// Вестник Алтайского государственного аграрного университета № 9 (95), 2012
2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. — М.: Инфра-М, 2000.
3. Щепакин М. Б. К разработке методического подхода к оценке конкурентоспособности предприятий в условиях их маркетинговой ориентации // Научный журнал КубГАУ, №81(07), 2012 г.

УДК 631.16: 658.14

АНАЛИЗ ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ АПК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Червинская И.Р.
УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республика Беларусь

Продовольственная безопасность государства находится в прямой зависимости от уровня развития сельскохозяйственного производства. В рыночных условиях хозяйствования аграрное производство может развиваться лишь при наличии соответствующей программы государственной поддержки.

Результаты проведенного исследования государственной поддержки АПК в Республике Беларусь показали, что за всю историю суверенного государства в Беларуси разрабатывалось шесть программ развития АПК (рисунок).

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ