

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ТЕХНИКИ

В условиях рыночной экономики предприятие должно определять степень соответствия своей продукции требованиям рынка. Решение этой задачи обеспечивается оценкой конкурентоспособности выпускаемой продукции.

Под конкурентоспособностью продукции предприятия понимается способность продукции в определенный период времени соответствовать сложившимся или предполагаемым требованиям рынка и быть успешно реализованной при наличии предложений других аналогичных товаров.

Рассмотрим методику анализа конкурентоспособности продукции на примере сравнения тракторов отечественного производства «Беларус 3522 СМ» и зарубежного «Case IH Magnum 340» и ее результаты представим в таблице 1.

Таблица 1

Анализ конкурентоспособности сельскохозяйственной техники

Показатели	Оцениваемая модель Беларус – 3522 СМ	Case IH Magnum 340	Q	a	G
Технические параметры					
Масса в состоянии отгрузки с завода, кг	11800	3700	0,31	0,05	0,16
Колесная база, мм	3010	3055	0,98	0,12	0,12
Габаритные размеры:					
Длина, мм	6100	6400	0,95	0,13	0,12
Ширина	2630	3100	0,85	0,13	0,11
Высота	3160	3400	0,93	0,13	0,12
Мощность номинальная, л. с.	355	340	1,044	0,12	0,13
Объем, л. е	7,142	8,7	0,82	0,14	0,11
Емкость топливного бака, л	650	635	1,024	0,12	0,12
Макс. значение крутящего момента двигателя, Нм	1498	1671	0,9	0,13	0,11
Итого:					1,1
Экономические показатели					
Цена трактора, у. е.	152000	120000	1,3	0,6	0,78
Расход топлива, л/ч	8,4	7,2	1,17	0,4	0,47
Итого:					1,25

Для оценки конкурентоспособности продукции применим систему единичных, групповых и интегральных показателей.

Единичный показатель (q) – отношение величины какого-либо параметра изделия к величине соответствующего параметра, при которой потребность полностью удовлетворяется, или к величине соответствующего параметра конкурирующего образца (базового образца).

Групповые показатели рассчитываются на основе единичных показателей по группам технических и экономических параметров.

Групповой показатель по техническим параметрам равен сумме произведений единичных показателей (q) на коэффициенты их весомости (a), устанавливаемые специалистами-экспертами по рассматриваемому виду товара.

Групповой показатель по экономическим параметрам рассчитывается на основе цен потребления сравниваемых изделий.

Интегральный показатель конкурентоспособности продукции рассчитывается как отношение группового показателя по техническим параметрам (G_t) к групповому показателю по экономическим параметрам ($G_э$). Если $I < 1$, то анализируемое изделие уступает образцу, а если $I > 1$, то оно превосходит изделие-конкурент по своим параметрам.

В результате проведенного исследования установлено, что интегральный показатель меньше 1,0 ($I = 1,1/1,25 = 0,87$). Это означает, что трактор модели «Беларус 3522 СМ» уступает своему конкуренту.

Для повышения конкурентоспособности трактора «Беларус 3522 СМ» предлагаем:

- использовать в производстве техники более легкие сплавы;
- для уменьшения стоимости производимой техники увеличить долю комплектующих отечественных производителей.

Список использованных источников

1. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности: учебник / Г. В. Савицкая. – 4-е изд. – М., 2007.

В. В. Зенова, Н. А. Титорович
Научный руководитель – Н. П. Лещик
БГЭУ(Минск)

ПРОБЛЕМА ПРИЗНАНИЯ ГУДВИЛА И ЕГО ОТРАЖЕНИЕ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ И ОТЧЕТНОСТИ

Мы живем в эпоху, когда предпринимательство и бизнес развиваются семимильными шагами. Ежедневно между компаниями заключается ряд сделок по объединению. Подобные сделки осуществляются и в Беларуси. Зачастую фирма продается по цене большей, чем стоимость ее активов. Почему же это происходит? В этом случае фирмам доводится сталкиваться с таким понятием, как «гудвил». Гудвил – это превышение рыночной оценки совокупных активов компании над суммой индивидуальных рыночных цен этих же активов, рассматриваемых порознь.

Одним из основных вопросов является целесообразность отражения гудвила. С одной стороны, гудвил – это расходы компании-покупателя,