

#### Список использованных источников

1. Финансовый менеджмент: руководство по технике эффективного менеджмента / Сагапа corp. – USAID – RPC - Москва – 1998г.
2. Лещенок И. Актуальные вопросы бизнес-планирования // Планово-экономический отдел - №3, 2003г., с. 35-41

#### SUMMARY

There are given the results of researches revealing engineering of management by costs of the enterprise within the framework of the current business - planning.

Key words: business - planning, costs, volume of sales, diagram of costs, importance of clauses, controllable of clauses.

УДК 658.6

### К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

*В.Е. Сыцко, К.И. Локтева,  
Т.М. Моисеева, В.А. Смольский*

Для успешной реализации задач по удовлетворению потребностей сельского населения, поставленных Правлением Белкоопсоюза, необходимо значительно расширить торговлю непродовольственными товарами, в том числе и швейными изделиями.

Ситуация на рынке торговли швейными товарами объясняется не только сложившимся в настоящее время социально-демографическим положением в области, но и неконкурентоспособностью цен предприятий концерна «Беллепром» по сравнению с неорганизованным рынком; требованием предприятий предоплаты на сезонные ликвидные товары, в том числе и на швейные изделия к школьному сезону; невыполнением заявок торговли по школьному видовому ассортименту, моделям и ценам. Кроме того, практически все предприятия транспортные расходы относят на счет получателя, следовательно, неэффективно получение товара небольшими партиями, что особенно важно для сельской местности. Проблематичен вопрос возврата и обмена нереализованного товара. Например, ОАО «Коминтерн» принимает на возврат только 10 % товара, а ОАО «Элема» принимает для обмена только 2-3 единицы каждой модели. Предприятия практически не осуществляют уценку нереализованного товара.

В соответствии с требованиями рынка всеми райпо Гомельской области разработаны меры по обеспечению выборки квот, увеличению реализации швейных товаров и снижению остатков. Например, предлагается торговлю швейными изделиями сосредотачивать в промышленных магазинах райцентров и крупных населенных пунктах, преимущественно через сеть фирменных секций, с оплатой за реализованный товар и возможностью замены ассортимента.

Как известно, на сельском потребительском рынке ощущается дефицит конкурентоспособных швейных изделий. Для пополнения товарных ресурсов промышленная отрасль системы Гомельского облпотребсоюза располагает разветвленной сетью небольших производств для выпуска швейных изделий. На 01.01.2005 года действовало 14 цехов и участков малой мощности по выпуску швейных товаров. Производственные предприятия производят выпуск рабочей одежды, постельного белья, легкого платья, курток, одеял, шапок мужских из натурального и искусственного меха, ритуальных изделий.

В Постановлениях Белкоопсоюза предложено проанализировать Работу предприятий и цехов по выпуску швейных товаров, расширению и обновлению ассортимента, повышению качества и конкурентоспособности вырабатываемых товаров, возможности их модернизации или закрытия.

В связи с этим Гомельским ОПС разработана производственная программа развития отрасли по непроизводственной группе товаров на 2005 год, которая направлена на: повышение технологического уровня производства путем переоснащения материально-технической базы; проведение работ по сертификации на право пошива детского ассортимента (для новорожденных); внедрение фирменной упаковки и маркировки; расширение ассортимента швейных изделий для детей дошкольного и школьного возраста; совершенствование системы ценообразования. В основе этой программы предлагается использовать разработки методов оценки конкурентоспособности производимого товара по сравнению с базовым образцом. На основе полученной оценки формируется политика предприятия. В частности, если показатели оцениваемого изделия превышают показатели базового образца, то предприятие принимает решение в соответствии с поставленными целями анализа и оценки конкурентоспособности продукции – о проектировании, разработке, производстве, выходе на рынок и т.п. В случае неудовлетворительной оценки происходит выработка технико-экономических решений по повышению конкурентоспособности промышленной продукции.

Оценка конкурентоспособности промышленной продукции не является самоцелью, а представляет собой способ выявления целесообразности ее разработки, производства или реализации на конкретном рынке, средством для управления развитием внешнеэкономических связей, одной из основ выбора пути повышения технического уровня и качества изделий. Возможности использования показателя конкурентоспособности для этих целей весьма многообразны. В частности, одной из важных задач рыночной экономики является оценка сбыта товара с заданными технико-экономическими характеристиками в условиях определенного рынка. В этом случае зависимость доли  $B$  (по стоимости) товара  $A$  в удовлетворении спроса (общих продаж этого товара и его конкурентов) от конкурентоспособности  $K_A$  товара  $A$  может быть определена по следующей формуле [1]:

$$B = \left( \frac{\sum_{i=1}^n v_i}{v_A} + 1 \right) \cdot \frac{m}{K_A} \quad (1)$$

где  $n$  — число фирм-конкурентов;

$m$  — объем продажи товаров;

$v_i$  — показатели престижа фирм-конкурентов;

$v_A$  — показатель престижа фирмы-поставщика товара  $A$ .

Анализ формулы (1) показывает, что доля предлагаемого товара  $A$  возрастает с увеличением его конкурентоспособности. Поэтому так важно иметь действенную методику оценки конкурентоспособности непродовольственных товаров.

В связи с вышеизложенным, кафедрой товароведения непродовольственных товаров БТЭУ, была разработана компьютеризированная методика расчета интегрального показателя конкурентоспособности швейных изделий на основе их потребительских и экономических свойств [2]. Эффективность её была проверена при анализе работы швейных цехов райпо области. В частности, для оценки были выбраны изделия легкого платья. За базовые образцы приняты платья, вырабатываемые ОАО «Элема». По результатам социологического опроса мнений потребителей для оценки были определены следующие группы потребительских свойств: соответствие модели моде, совершенство производственного исполнения, соответствие материала моде, товарный вид изделия, цена потребления, имидж предприятия. В группе соответствие модели моде рассматривались: силуэт, соответствие формы и конструкции изделия моде, целостность формы, соответствие фурнитуры моде. Совершенство производственного исполнения оценивалось посадкой изделия на фигуре, обработкой деталей, драпируемостью.

При оценке соответствия материала моде учитывался цвет материала, фактура, соответствие отделочных материалов целостности композиции. Товарный вид изделия оценивался по внешнему виду, внутренней отделке изделия, выразительности фирменных знаков. Цена потребления оценивалась с учетом затрат на покупку, уход. Каждый единичный показатель в группе оценивается количественно и рассчитывается групповой показатель. Интегральный показатель конкурентоспособности изделия определялся как линейная комбинация групповых показателей, взятых с соответствующим весом, предварительно рассчитанным на основе экспертных оценок. Значимость интегрального показателя оценивалась методами математической статистики. Для реализации расчета создана специальная компьютерная программа "Оценка" [3].

В результате расчета интегрального показателя конкурентоспособности доказана необходимость совершенствования внутренней отделки легкого платья, выразительности фирменных знаков, упаковки, фурнитуры, соответствия отделочных материалов моде и целостности композиции, даны рекомендации производственным предприятиям Гомельского ОПС по оптимальной структуре ассортимента швейных изделий. При разработке интегрального показателя конкурентоспособности следует учитывать, что цена товара  $A$  на рынке существенно зависит от его группового показателя конкурентоспособности не только по потребительским ( $K_n$ ), но и экономическим ( $K_э$ ) параметрам. Так, согласно [1] уровень цены анализируемого изделия  $P_A$  относительно продажной цены базового образца  $P_0$  с учетом состояния рынка, положения на нем компаний поставщиков и групповых показателей конкурентоспособности можно оценить по формуле:

$$\frac{P_A}{P_0} = \left( K_n \frac{\lg B}{f_1 m [\lg v_A - \lg(v_1 + v_A)]} - \frac{1 - f_1}{f_1} K_э \right) \quad (2)$$

где  $B$  – доля товара  $A$  в общем объеме продаж;

$m$  – объем продажи товаров;

$f_1$  – коэффициент долевого участия единичного показателя по розничной цене изделия;

$v_1$  – показатель престижа фирмы, выпускающей базовый образец.

Из формулы (2) следует, что вклад групповых показателей конкурентоспособности  $K_n$  и  $K_э$  в формирование розничной цены изделия  $A$  неоднозначен. В частности, уменьшение группового показателя конкурентоспособности по экономическим параметрам ведет к увеличению розничной цены изделия, что следует учитывать при разработке мер по уменьшению розничной цены.

Анализ состояния швейных цехов Гомельского ОПС показывает, что целесообразно модернизировать только рентабельные, формируя их ассортимент на основе предлагаемого интегрального показателя конкурентоспособности, учитывающего потребительские и экономические параметры выпускаемых изделий [3]. Причем, в структуре ассортимента швейных цехов необходимо увеличить выпуск рабочей одежды, постельного белья, ритуальных изделий; устанавливать цену на изделия из лоскута на 50% ниже изделий, вырабатываемых из полноценной ткани; поддерживать цены на выпускаемые изделия не выше, чем на аналогичные изделия, выпускаемые предприятиями концерна "Беллегпром". В системе Гомельского ОПС следует продолжить открытие фирменных секций по продаже товаров легкой промышленности, так как экономическая эффективность их работы подтверждена положительными результатами. Для повышения эффективности торговли рекомендуется оценивать по предложенному интегральному показателю конкурентоспособность на разных рынках и определять наиболее значимые из них;

сопоставлять уровень конкурентоспособности продукции с учетом собственных возможностей. Разработать механизм управления ассортиментом и качеством на основе интегрального показателя конкурентоспособности, внедряя в подразделения ОПС, разработанную в БТЭУ, компьютерную программу "Оценка".

#### Список использованных источников

1. Карасева М.Г. Конкурентоспособность промышленной продукции. // Сб. трудов международной конференции «Математические модели экономических процессов переходного периода». Минск: БТЭУ, 2003, с.176-177.
2. Сыцко В.Е., Локтева К.И., В.А. Смольский. Эффективность торговли швейными товарами в Гомельском облпотребсоюзе. // Сб. материалов Международной научно-практической конференции «Кооперация и интеграция экономики в приграничном регионе». Гомель: БТЭУ ПК. 2003. с.54-60.
3. Сыцко В.Е. Методика оценки конкурентоспособности швейных изделий. // Швейная промышленность. — 1996. №2. с. 20-29.

#### SUMMARY

The article deals with techniques for calculating integral index of the competitiveness of sewn goods on the basis of their consumer and economic properties. In order to increase the effectiveness of trade it is recommended to use the suggested integral index to evaluate the competitiveness in various markets and to define the most important ones, as well as to collate the level of the competitiveness of products taking into account one's own possibilities.

УДК 330.322

### ИНВЕСТИЦИИ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ ВАЖНЕЙШИЙ КРИТЕРИЙ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

*Е.С. Шахнович*

На современном этапе роль человеческого интеллекта в успешном развитии экономической системы становится всё более очевидным и решающим фактором. Это предопределяет приоритет инвестиций в человеческий капитал.

Этот процесс характеризуется ростом капитальных вложений на нужды образования, содержание университетов, специальных научных, образовательных и культурных фондов, на организацию досуга, укрепление семьи и усиление направлений, поддерживающих высокий жизненный уровень и творческий потенциал работников. Его результатом становится развитие рынка новаций, сферы услуг, активизация предпринимательства.

Человек – главная производительная сила общества. С этим тезисом согласны абсолютно все экономисты: марксисты и монетаристы, неоклассики и институционалисты. Именно человек оживляет вещественные факторы производства: капитал и землю, создаёт целые системы передовой технологии производства, производит всё необходимое для самого себя и общества. Пожалуй, ни один другой термин так полно и ёмко, как этот, не отражает всего богатства и палитру человеческого участия в производстве, поскольку человек есть центр и средоточие общественного производства, и он же стоит в конце его, как цель этого производства. Значительно возрастают границы его воздействия на производство, как основного фактора и важнейшего объекта экономической системы. Более того, по мере роста демократизации общественной жизни, развития производства зримо всё более ощутимые очертания принимает человеческий капитал. Концепция