

МЕХАНИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКОЙ СТАТИСТИКИ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ФИНАНСОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В БЕЛАРУСИ И РОССИИ

В. А. Асташонок, Д. С. Перехрест

dadayavladoshik@gmail.com;

Научный руководитель — Б. А. Бадак, старший преподаватель

В статье рассматривается состояние финансового положения кондитерских предприятий Республики Беларусь и оценивается их конкурентоспособность по сравнению с российскими партнерами.

Ключевые слова: финансовый анализ; конкурентоспособность предприятия; финансовое состояние; эффективность производства.

Проблема финансовой устойчивости хозяйствующих субъектов в современных экономических условиях ставится на первый план. Большинство проблем финансового характера, с которыми сталкиваются отечественные предприятия, в большинстве случаев по существу схожи друг с другом, поэтому решение кроется в универсальных инструментах, образующих механизм управления финансовой устойчивостью субъекта.

Целью данного исследования является развитие теоретических и практических навыков по систематизации сильных и слабых сторон финансовой устойчивости предприятия.

Сравним и рассчитаем конкурентоспособность предприятия «Спартак» с его основными оппонентами. Все показанные анализы и рассуждения были опробованы в условиях конкретной практики – СП ОАО «Спартак». Расчет коэффициента конкурентоспособности производится с помощью формулы средней взвешенной арифметической: $KП = 0,21ЭП + 0,19ФП + 0,27ЭМ + 0,32КТ$, где ЭП – критерий эффективности производственной деятельности предприятия; ФП – критерий финансового положения предприятия; ЭМ – критерий эффективности деятельности маркетинга и организаций сбыта; КТ – критерий конкурентоспособности самого товара; 0,21; 0,19; 0,27; 0,32 – весовые коэффициенты критериев.

Для расчета коэффициента конкурентоспособности найдём значения всех критериев. Расчет первого критерия – эффективности производства –

выполняем по формуле: $\mathcal{E}_\Pi = 0,29I + 0,23\Phi + 0,15P_T + 0,27\Pi$, где И – издержки производства на единицу продукции; Φ – фондоотдача; P_T – рентабельность товара; Π – производительность труда; 0,29; 0,23; 0,15; 0,27 – весовые коэффициенты показателей.

Для расчета второго критерия – финансового положения – используем формулу: $\Phi_\Pi = 0,35K_A + 0,25K_\Pi + 0,34K_\Pi + 0,27K_O$, где K_A – коэффициент автономии предприятия; K_Π – коэффициент платежеспособности предприятия; K_Π – коэффициент ликвидности предприятия; K_O – коэффициент оборачиваемости оборотных средств; 0,35; 0,25; 0,34; 0,27 – весовые коэффициенты показателей.

Расчет третьего критерия – эффективности деятельности маркетинга – осуществляется по формуле: $\mathcal{E}_M = 0,42P_\Pi + 0,31K_3 + 0,19K_M + 0,21K_P$, где P_Π – рентабельность продаж; K_3 – коэффициент затоваренности готовой продукцией; K_M – коэффициент нагрузки производственных мощностей; K_P – коэффициент эффективности рекламы; 0,42; 0,31; 0,19; 0,21 – весовые коэффициенты показателей.

Расчет последнего критерия – конкурентоспособности товара – производится по формуле: $K_T = K \div C$, где K – коэффициент качества товара; C – цена товара.

Для расчета критерия конкурентоспособности возьмем данные маркетингового отдела в сфере качества и цены товара и сравним с другими кондитерскими предприятиями-конкурентами за аналогичные года (табл. 1):

Таблица 1

Характеристика товара

Фактор	Предприятие	2019	2020
Качество товара	Спартак	7	7
	Коммунарка	7	8
	Слодыч	5	5
	Красный пиццевик	6	7
	Красный октябрь	8	9
Цена товара	Спартак	5,1	5,6
	Коммунарка	5,1	5,6

Окончание табл. 1

Цена товара	Слодыч	5,1	5,6
	Красный пищевик	5,1	5,6
	Красный октябрь	5,1	5,6

Как видно из таблицы, изменение качества товара у производителей отличается, но при этом цена за наблюдаемый период у всех предприятия увеличивалась одинаково. Конкретно на предприятии «Спартак» показатель качества товара осталась на том же уровне. Это говорит о том, что производственная деятельность развивалось недостаточно эффективно, соответствующие технологии не финансировались по сравнению с предприятиями-конкурентами. Сохранение этой тенденции может отрицательно отразиться на эффективности предприятия, так как это ведёт к уменьшению конкурентоспособности товара.

Сравнительный анализ конкурентоспособности предприятий-конкурентов представлен в таблице (табл. 2):

Таблица 2

Сравнительная характеристика

Название показателя	Значение				
	Спартак	Коммун арка	Слодыч	Красный пищевик	Красный октябрь
Коэффициент конкурентоспособности	2,9	3	2,9	2,7	3,8
Критерий эффективности производства	5,6	5,9	5,4	5,3	6,4
Критерий финансового состояния	1	1	0,9	0,8	1,4
Критерий эффективности реализации сбыта	4,3	4,4	4,3	4	5,9
Критерий конкурентоспособности и товара	1,25	1,1	1	1,1	1,5

Наибольшее различие отмечается по критерию эффективности производства, что говорит о необходимости модернизации производственного оборудования. Это причина снижения критериев по всем другим показателям. В качестве решения проблемы мы предлагаем реализовать инвестиционное проектирование для увеличения дохода

капитала и дальнейшего увеличения конкурентоспособности предприятия [1]. Увеличение капитала позволит расширить изучение технологий и обнаружить пути усовершенствования производимой продукции и модернизации технологии изготовления и сбыта продукции [2]. В частности, в кондитерской отрасли создание новых технологий кондитерских изделий основывается на оригинальных технологических решениях и применении нетрадиционных сырьевых ингредиентов, которые позволят изменить структуру конечной продукции.

Библиографические ссылки

1. Мазилкина Е. И., Паничкина Г. Г. Основы управления конкурентоспособностью. – М.: Прогресс, 2012. 187 с.
2. Завьялова Е. М. Конкурентоспособное управление промышленным предприятием: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05. Москва, 2012. 47 с.