

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно – Уральский государственный университет
(Национальный исследовательский университет)»
Институт открытого и дистанционного образования
Кафедра «Управление и право»

ПРОЕКТ ПРОВЕРЕН

Рецензент ген.директор

/Р.Ш.Шайхутдинов/

2019 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

/Н.Г. Деменкова/

20__ г.

Повышение уровня конкурентоспособности ООО «СМК»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ЮУрГУ – 38.04.01.2019.11209.ВКР

Руководитель работы
д.э.н., профессор

/Н.В.Зяблицкая/

2019 г.

Автор работы
обучающийся группы ДО-391

/К.О.Бурневский/

2019 г.

Нормоконтролер

/Н.В.Назарова/

2019 г.

АННОТАЦИЯ

Бурневский К.О. Повышение уровня конкурентоспособности ООО «СМК». – Челябинск: ЮУрГУ, ДО-391, 99 с., 8 ил., 67 таб., библиогр. список – 71 наим., 19 прил., ??л. слайдов

Объектом выпускной квалификационной работы является ООО «СМК». Цель выпускной квалификационной работы - исследование проблем управления конкурентоспособностью продукции в ООО «СМК».

В выпускной квалификационной работе проанализированы тенденции развития и экспертных оценок адаптации ООО «СМК» в рыночных условиях. Рассмотрены теоретико-методологические базы основой которым послужили методы финансового анализа, с помощью которых выявлены тенденции показателей финансового состояния предприятия и определен тип финансового состояния, а также использованы описательный метод, экспертный метод оценки конкурентоспособности и сравнения.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ.....	10
1.1 Сущность конкурентоспособности продукции. Конкурентоспособность продукции и качество.....	10
1.2. Критерии и факторы конкурентоспособности продукции.....	14
1.3. Методы оценки конкурентоспособности продукции.....	26
2. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ В АО «Рубин».....	32
2.1 Краткая характеристика предприятия ООО «СМК».....	32
2.2 Анализ финансового состояния ООО «СМК» за 2015-2018 гг.....	39
2.3 Анализ системы управления конкурентоспособностью продукции ООО «СМК».....	50
3. МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ООО «СМК».....	65
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	78
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	80
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	84
ПРИЛОЖЕНИЕ А-Основные показатели по труду и заработной плате в ООО «СМК» за 2015-2017 гг.....	84
ПРИЛОЖЕНИЕ Б-Квалификационный состав рабочих в ООО «СМК».....	85
ПРИЛОЖЕНИЕ В-Модификации трелевочного трактора ТТ-4М.....	86
ПРИЛОЖЕНИЕ Г-Участие ООО «СМК» в уставном капитале других предприятий.....	86
ПРИЛОЖЕНИЕ Д-Географическое расположение основных потребителей продукции ООО «СМК».....	87
ПРИЛОЖЕНИЕ Е-Фирмы-конкуренты, представляющие свою продукцию на мировом рынке пахотной техники.....	88
ПРИЛОЖЕНИЕ Ж-Сравнительный аналитический баланс ООО «СМК».....	89
ПРИЛОЖЕНИЕ З-Сравнительный аналитический баланс ООО «СМК».....	91
ПРИЛОЖЕНИЕ У-Экспертная оценка коэффициентов весомости эксплуатационно-технических характеристик трелевочных машин.....	93
ПРИЛОЖЕНИЕ К- Экспертные оценки эксплуатационно-технических характеристик трелевочных машин.....	94
ПРИЛОЖЕНИЕ Л- Экспертные оценки коэффициентов весомости двух факторов конкурентоспособности: эксплуатационно- технически характеристик и цены.....	94
ПРИЛОЖЕНИЕ М-Экспертные оценки факторов конкурентоспособности трелевочных машин.....	95
ПРИЛОЖЕНИЕ Н-Экспертные оценки эксплуатационно-технических характеристик.....	96
ПРИЛОЖЕНИЕ О-Экспертные оценки факторов конкурентоспособности пахотных машин.....	98

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. На современном этапе развития экономики России большинство предприятий столкнулись с необходимостью обеспечения конкурентными преимуществами своей продукции для достижения высоких результатов производственно-хозяйственной и финансовой деятельности.

В течение всего советского периода вопросы конкуренции между производителями и конкурентоспособности продукции не рассматривались. Можно даже сказать, что не было необходимости в употреблении этих понятий относительно экономики предприятий в силу того, что все предприятия страны работали по так называемому госзаказу, который определялся Госпланом СССР (Государственный плановый комитет Совета Министров СССР), союзно-республиканским органом, осуществляющим перспективное и текущее планирование народного хозяйства СССР и контроль за выполнением планов.

У предприятий народного хозяйства не было острой необходимости в изучении рынков сбыта и потребностей потребителей продукции (услуг). Но, с переходом к рыночной экономике, у предприятий возникает проблема в изучении потребительских рынков, отслеживании возникновения новых потребностей у населения, так как в основе успешного функционирования каждого отдельного предприятия стало лежать максимальное удовлетворение потребностей населения продуктом. И то предприятие, которое своевременно предложит товар, максимально удовлетворяющий требования рынка по качеству и цене, обладает наиболее конкурентоспособной продукцией, позволяющей предприятию быть также более конкурентоспособным на рынке и «выживать» в условиях переходной рыночной экономики. Поэтому конкурентоспособность продукции считается базовым понятием при определении и рассмотрении конкурентоспособности предприятий, отраслей, стран.

Если так высоко значение и роль конкурентоспособности продукции в деятельности предприятий, то вопросы, касающиеся именно конкурентоспособности продукции, требуют детального научного изучения и применения выявленных основных теоретических аспектов управления конкурентоспособностью продукции в практике управления.

Актуальность и значимость указанных вопросов определили выбор темы магистерской диссертации .

Степень разработанности проблемы. Существенный вклад в анализ проблем управления дебиторской и кредиторской задолженностью предприятия и его влияния на платежеспособность внесли такие исследователи как Лифиц И.М., Азоева Г.Л., Челенкова А.П., Фатхутдинова Р.А., Раицкого К.А., Ноздревой Р.Б., Печенкина А., Юрашева А., Белого Е., Барашкова С., Котлера Ф.

Объект. В качестве объекта исследования выступает ООО «СМК»

Предметом изучения является процесс управления конкурентоспособностью продукции.

Цель магистерской диссертации исследование проблем управления конкурентоспособностью продукции в ООО «СМК».

Задачи. Для достижения цели были определены следующие задачи:

- Изучить теоретические аспекты управления конкурентоспособностью про-

дукции на предприятиях;

- Проанализировать финансовое состояние ООО «СМК» а 2015-2018гг. с целью выявления тенденций его развития, резервов, принятия более обоснованных решений в области управления конкурентоспособностью выпускаемой продукции;
- Провести анализ конкурентоспособности продукции ООО «СМК» с определением уровня конкурентоспособности;
- Предложить мероприятия по повышению уровня конкурентоспособности продукции.

Теоретическая и методологическая база. Основной методологической базой послужили методы финансового анализа, с помощью которых выявлены тенденции показателей финансового состояния предприятия и определен тип финансового состояния, а также использованы описательный метод, экспертный метод оценки конкурентоспособности и сравнения.

Теоретической основой послужили труды следующих авторов: Лифиц И.М., Азоева Г.Л., Челенкова А.П., Фатхутдинова Р.А., Раицкого К.А., Ноздревой Р.Б., Печенкина А., Юрашева А., Белого Е., Барашкова С., Котлера Ф. и других.

Логика исследования предопределила следующую структуру магистерской диссертации:

В главе «Теоретические аспекты управления конкурентоспособностью продукции на предприятиях» излагается сущность понятия «конкурентоспособность продукции», проводится его различие с понятием «качество продукции», определяются критерии и факторы конкурентоспособности продукции и различные методы оценки конкурентоспособности продукции.

В главе «Анализ Конкурентоспособности продукции в ООО «СМК» дается общая характеристика объекта исследования, анализируется финансовое состояние ООО «СМК» за 2015-2018гг., проводится анализ конкурентоспособности продукции и системы управления конкурентоспособностью продукции ООО «СМК»

В главе «Мероприятия по повышению конкурентоспособности продукции ООО «СМК» предлагается комплекс мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности продукции ООО «СМК»

Нормативно-правовую базу составили законодательные и нормативные акты РФ, субъектов РФ, регулирующие вопросы финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Информационной базой выпускной квалификационной работы являются данные Федеральной службы государственной статистики РФ, территориального органа Федеральной службы государственной статистики РФ по Челябинской области, иностранных статистических агентств, статистические базы данных университетов, международных экономических организаций, данные периодической печати, статистические данные предприятий и организаций и других источников.

Научная новизна выпускной квалификационной работы состоит в развитии теоритических положений по управлению конкурентоспособностью продукции на предприятии и выявлению критериев и факторов конкурентоспособности продукции и различных методов оценки уровня конкурентоспособности, в частности:

- На основе анализа теоретических аспектов управление конкурентоспособности продукции выявлены и систематизированы критерии и факторы конкурентоспособности продукции.
- Систематизированы различные методы оценки конкурентоспособности продукции и определена оптимальная методика оценки для ООО «СМК».
- Разработан комплекс мероприятий направленных на повышение уровня конкурентоспособности продукции.

Результаты выпускной квалификационной работы в частности, механизм влияния эффективности управления дебиторской и кредиторской задолженностями на платежеспособность предприятия, оптимальная политика управления дебиторской и кредиторской задолженностью имеют теоретическую и практическую значимость.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ

1.1 Сущность конкурентоспособности продукции

Конкурентоспособность продукции и качество

Конкуренция - важный фактор рыночной экономики. «Конкуренция» в переводе с латинского означает «сталкивание». Она является формой взаимного соперничества субъектов рыночной экономики. Средством конкуренции являются товары, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя.

Конкуренция обязывает фирмы создавать конкурентоспособный товар. Существует диалектическая связь конкуренции и конкурентоспособности одно вытекает из другого.

Конкурируют между собой товары, представленные на рынках, и производители этих товаров фирмы, отрасли, страны. Поэтому конкуренция и конкурентоспособность могут рассматриваться в разных аспектах: товаров (продукции, услуг), товаропроизводителей (фирм, отраслей, стран).

Как отмечается в литературе, посвященной проблемам конкурентоспособности продукции [17; 18], в СССР, в свое время, проводились, хотя и в недостаточной мере, методические разработки по вопросам конкурентоспособности продукции. Сегодня в России такие разработки отсутствуют [17, с.23], а в результате возникает даже терминологический разнобой, не говоря уже о подходах к оценке конкурентоспособности.

Базовым понятием является конкурентоспособность товаров (продукции), а остальные ее аспекты являются производными.

Многие авторы научных работ, исследующие проблемы конкурентоспособности продукции, по разному трактуют само понятие конкурентоспособность продукции, но при этом смысл данного понятия остается одним и тем же.

Так, например, А.Печенкин, старший научный сотрудник, кандидат технических наук ВНИИ экономических проблем развития науки и техники, ссылаясь на определение конкурентоспособности, данное в «Словаре русского языка» С.И.Ожегова, «как способность выдержать конкуренцию, противостоять конкурентам», дает собственное определение конкурентоспособности продукции, которое звучит следующим образом «это сложное многоаспектное понятие, означающее способность товара занять и удержать позицию на конкретном рынке (рынках) в рассматриваемый период при конкуренции с другими товарами аналогичного назначения»[17;18;4;26;16;9;2].

К.А.Раицкий также дает собственное определение понятию конкурентоспособность продукции: «Конкурентоспособность продукции комплекс потребительских, ценовых и качественных характеристик, которые определяют успех этого товара на внутреннем и внешнем рынках»[19, с.278].

Н.А.Сафронов при трактовке конкурентоспособности продукции исходит из того, что в условиях рынка удовлетворенность конкретного потребителя совокупностью предлагаемых ему свойств в товаре находит выражение в акте ку-

пли-продажи, поэтому «совпадение свойств, характеристик товара и требований потребителя, при котором соблюдаются интересы производителя и потребителя, означающее полное соответствие товара условиям рынка, называется его конкурентоспособностью»[22, с.343]. Чем большее количество покупателей подтвердило такое соответствие, тем выше будет конкурентоспособность.

И.М.Лифиц в своей работе «Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг» дает определение конкурентоспособности продукции просто: «Конкурентоспособность продукции способность продукции отвечать требованиям данного рынка в рассматриваемый период»[14, с.8].

Оценкой конкурентоспособности товаров и услуг занимаются различные субъекты рынка - предприятия-изготовители, предприятия сферы услуг, потребительские организации. Но в конечном счете оценка конкурентоспособности является прерогативой потребителя. Из ряда аналогов он выбирает товар, который соответствует его потребностям. Опираясь на это, Н.П.Ващекин дает своеобразное определение конкурентоспособности продукции: «Конкурентоспособность товара показывает степень притягательности для совершающего реальную покупку потребителя»[8, с.276]. Е.Белый и С.Барашков трактуют конкурентоспособность продукции следующим образом: «Конкурентоспособность продукции свойство продукта, имеющего определенную долю соответствующего релевантного рынка, которое характеризует степень соответствия технико-функциональных, экономических, организационных и других характеристик объекта требованиям потребителей, определяет долю рынка, принадлежащую данному объекту, и препятствует перераспределению этого рынка в пользу других объектов»[7, с.31].

Ноздрева Р.Б. определяет конкурентоспособность продукции как «совокупность характеристик продукта и сопутствующих его продаже и потреблению услуг, отличающих его от продуктов-аналогов по степени удовлетворения потребностей потребителя, по уровню затрат на его приобретение и эксплуатацию. Это способность товара соответствовать ожиданиям потребителей, способность товара быть проданным.»[15, с.20].

Азоев Г.Л. и Челенков А.П. в работе [3, с.61] определяют конкурентоспособность продукции так: «Конкурентоспособность товара способность более полно отвечать запросам покупателей в сравнении с аналогичными товарами, представленными на рынке».

В нашей работе мы будем придерживаться определения конкурентоспособности продукции, данного И.М.Лифиц, так как оно просто и емко отражает смысл понятия конкурентоспособность продукции. Многие люди в своей речи по ошибке отождествляют понятия качество продукции и конкурентоспособность продукции. Безусловно эти термины не тождественны. Дадим несколько определений понятию качество продукции.

Дж.Харингтон определяет качество так: «Качество - это удовлетворение ожиданий потребителя за цену, которую он себе может позволить, когда у него возникает потребность; высокое качество - превышение ожиданий потребителя за более низкую цену, чем он предполагает»[14;9].

Н.А.Сафронова трактует качество как экономическую категорию следующим

образом: «Качество как экономическая категория -это общественная оценка, характеризующая степень удовлетворения потребностей в конкретных условиях

потребления той совокупности свойств, которые явно выражены или потенциально заложены в товаре»[22, с.342]. И.М.Лифиц под качеством продукции понимает «совокупность свойств и характеристик продукции, обуславливающих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности»[14, с.21].

Во всех этих определениях смысл один: качество продукции -это совокупность свойств и характеристик товара, способная удовлетворить какую либо потребность со стороны потребителя. А конкурентоспособность продукции, как отмечалось ранее, -это способность продукции отвечать требованиям рынка в рассматриваемый период времени.

Связь качества и конкурентоспособности продукции выражается через интегральный показатель качества продукции. Он был предложен сотрудниками ВНИИ стандартизации в 70-х гг., а затем стандартизирован [14, с.11].

Интегральный показатель качества продукции представляет собой отношение суммарного полезного эффекта от использования продукции по назначению (Π_3) к суммарным затратам на создание ($З_п$) и эксплуатацию продукции

(3).

$$I = \frac{\Pi_3}{З_п + З_э}, \quad (1)$$

где Π_3 - суммарный полезный эффект от использования продукции по назначению;

$З_п$, - суммарные затраты на создание;

$З_э$ - суммарные затраты на эксплуатацию за весь срок службы; Например, в шинной промышленности в качестве интегрального показателя применяют относительную характеристику, определяемую из отношения показателя пробега («ходимости») к себестоимости или цене шины

Для стиральной машины этот показатель определяется из отношения количества выстиранного белья за весь срок службы и суммарных затрат, складывающихся из себестоимости и затрат на ремонт и оплату потребляемой электрической энергии.

В моторостроении этот показатель определяется из отношения показателя пробега (км) или показателя работы (мото-час) за весь срок службы к себестоимости двигателя, затрат на ремонт и количеству потребляемого топлива в стоимостном выражении.

Интегральный показатель может иметь и другой вид. Он может быть представлен как отношение комплексного показателя качества (U), определяющего полезность продукции, и цены потребления ($C_у$), складывающейся из продажной цены и затрат потребителя при эксплуатации:

$$I = \frac{U}{C_у} \quad (2)$$

Именно этими мерками руководствуется рядовой потребитель, выбирая необходимый ему товар из набора товаров аналогов.

Поскольку сущность понятия конкуренции - это соперничество, то возникает необходимость в использовании относительного показателя конкурентоспособ-

ности - «уровня конкурентоспособности».

И.М.Лифиц дает определение уровню конкурентоспособности продукции, опираясь на определение конкурентоспособности продукции, данное А.Н.Литвиненко и А.М.Татьянченко, по соображениям которых: «Конкурентоспособность продукции - характеристика товара, которая отражает его отличие от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение»[14;25]: «Уровень конкурентоспособности продукции - это количественная относительная характеристика способности продукции удовлетворять требования конкретного рынка в сравнении с продукцией конкурентов»[14, с. 13].

Уровень конкурентоспособности (K) определяется по следующей формуле:

$$K=I_0/I_a \quad (3)$$

где I_0 - интегральный показатель оцениваемой продукции;

I_a - интегральный показатель продукции-аналога.

Если $K>1$, то оцениваемая продукция превосходит продукцию-конкурента.

Конкурентоспособные товары должны обладать набором технических, эстетических, эргономических и других свойств, отвечать условиям их реализации (цена, сроки поставки, сервис, престиж фирмы, реклама и т.д.). Конкурентоспособная продукция легко и быстро реализуется на рынке по наименее затратным каналам сбыта. Фактически товар проходит проверку на степень удовлетворения общественным потребностям. Они диктуются вкусами и предпочтениями определенной группы покупателей (сегментом рынка), поэтому понятие конкурентоспособности всегда конкретно. Коммерчески выгодный сбыт товара возможен лишь на конкретном рынке в определенных условиях конкуренции.

Каждый покупатель приобретает тот товар, который максимально удовлетворяет его личные потребности. В целом покупатели приобретают тот товар, который более полно соответствует общественным потребностям по сравнению с другими. Поэтому степень удовлетворенности покупателя товаром тоже складывается из совокупности мнений единичных покупателей и формируется еще в преддверии появления его на рынке, на любом этапе жизненного цикла изделия до момента утилизации. В это время и происходит острая конкурентная борьба за потребителя. Конкурентоспособность зависит от степени удовлетворенности покупателя товаром.

Конкурентоспособность товара определяется (в отличие от качества) только той совокупностью свойств, которые представляют несомненный интерес для определенной группы покупателей и обеспечивает удовлетворение данной потребности. Прочие характеристики и свойства продукции во внимание не принимаются. Товар с более высоким уровнем качества может быть менее конкурентоспособен, если его стоимость значительно повысилась за счет придания товару новых свойств, не затребованных группой потребителей, для которых он предназначен. Кроме того, один и тот же продукт может быть конкурентоспособен на внутреннем рынке и неконкурентоспособен на внешнем, и наоборот.

Многие компании индустриально развитых стран (Япония, США, Франция, ФРГ) позволяют добиваться конкурентоспособности товаров лишь на внутреннем

рынке, будучи уверенными в возможности сбыта своих товаров и на внешнем рынке [22, с.344].

Таким образом, при неизменности качественных характеристик товара его конкурентоспособность может меняться в широких пределах, реагируя на изменение конъюнктуры рынка, воздействия рекламы и на проявления других внутренних и внешних по отношению к товару факторов. Поэтому возникает необходимость в определении критериев конкурентоспособности продукции, дабы оценить ее уровень в сравнении с аналогами и (определить факторы влияющие на нее.

1.2 Критерии и факторы конкурентоспособности продукции

Разные авторы работ, решающие вопросы конкурентоспособности продукции, как в случае с определением «конкурентоспособности продукции» по-разному подходят к определению критериев и факторов конкурентоспособности продукции. Наиболее систематизировано определение критериев и факторов конкурентоспособности, на наш взгляд, представлено в работе «Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг» И.М.Лифиц. Поэтому и в нашей работе мы будем придерживаться этой классификации критериев и факторов конкурентоспособности.

Используемые при оценке конкурентоспособности характеристики могут быть качественными (соответствие товара моде, отсутствие или наличие дефекта и др.) и количественными (производительность мясорубки, потребляемая мощность холодильника, удельный расход топлива, производительность трактора и др.). Следовательно, критерий конкурентоспособности - это качественная и (или) количественная характеристика продукции, служащая основанием для оценки конкурентоспособности.

По отношению к количеству характеристик, учитываемых при оценке конкурентоспособности, различают единичный и комплексный критерии.

Единичный критерий конкурентоспособности относится к одной из простых характеристик, определяющих конкурентоспособность (продажная цена, степень автоматизации прибора).

Комплексный критерий конкурентоспособности относится к совокупности характеристик, определяющих конкурентоспособность (групповой и обобщенный критерии).

Групповой критерий конкурентоспособности - это комплексный критерий, который относится к группе характеристик, определяющих конкурентоспособность товара с той или иной стороны (уровень качества, имидж, уровень новизны, цена потребления, информативность товара).

Понятия единичного и группового критериев несколько условны. Некоторые критерии могут выступать в роли единичных или групповых критериев. Например, продажная цена с позиции потребителя единичный критерий, с позиции предприятия изготовителя групповой. Обобщенный критерий конкурентоспособности - это комплексный критерий конкурентоспособности, по которому принимают решение о результатах оценки конкурентоспособности продукции (уровень конкуренто-

способности продукции, рейтинг товара).

Выделяют следующие критерии конкурентоспособности товаров:

- 1) уровень качества товара и его стабильность;
- 2) уровень новизны товара;
- 3) имидж товара;
- 4) информативность товара;
- 5) цена потребления товара.

Критерии 1-4 определяют потребительную стоимость товара, то есть его полезность, ценность для потребителя, критерий 5 стоимость товара. Эти пять критериев с позиции предприятия-изготовителя «товарные критерии», наряду с производственными, сбытовыми и рыночными критериями.

При выборе товара покупатель часто стоит перед дилеммой отдать предпочтение цене или качеству. В большинстве случаев он отдает предпочтение качеству. Один из западных экономистов сказал, что «в настоящее время все меньше людей смотрят на продажную цену, но больше обращают внимание на качество, так как оно живет вместе с изделием, а цена забывается быстро» [14, с.20].

Уровень качества как критерий конкурентоспособности представляет собой относительную характеристику, основанную на сравнении показателей качества оцениваемой продукции и аналога (базового образца). На практике конкретные потребности переводятся в набор количественно качественно установленных требований к характеристикам продукции. Оценка качества продукции состоит в проверке соответствия продукции требованиям к качеству перечню количественных характеристик (показателей качества) и качественных признаков.

Законодательной основой требований к качеству служат:

- 1) Законы РФ «О стандартизации», «О защите прав потребителей», «О качестве и безопасности пищевых продуктов» и прочие;
- 2) Государственные стандарты РФ (ГОСТ Р, ГОСТ), Санитарные правила и нормы (СанПиН) и прочие;
- 3) Стандарты отраслей, стандарты научно-технических, инженерных и других общественных объединений (СТО), стандарты предприятий (СТП);
- 4) Технические условия (ТУ).

Требования к качеству могут носить обязательный и добровольный характер.

Обязательные требования должны неукоснительно соблюдаться всеми государственными органами, субъектами хозяйственной деятельности, организациями и учреждениями независимо от их подчиненности и форм собственности.

Рекомендуемые требования содержатся в нормативных документах, подлежат обязательному соблюдению субъектами хозяйственной деятельности, если это предусмотрено договорами или технической документацией изготовителя продукции.

Поскольку уровень качества продукции базируется на сравнении ее показателей качества, то возникает необходимость в общей характеристике показателей качества. Показатель качества продукции - это количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, составляющих ее качество.

Показатель качества продукции количественно характеризует степень при-

годности продукции удовлетворять определенные потребности.

В зависимости от характера решаемых задач по оценке уровня качества показатели качества можно классифицировать по ряду признаков (см. Таблицу 1.1) [14, с.24].

Таблица 1.1 - Классификация показателей качества товаров

Признаки классификации	Группы потребительских показателей качества
1	2
1. По количеству характеризующих свойств	Единичные Комплексные
2. По форме представления	Абсолютные Относительные
3. По виду характеризующих свойств	Показатели назначения Эргономические показатели Показатели надежности Показатели безопасности Экологические показатели Эстетические показатели

Единичный показатель относится к одному из свойств товара, например, стойкость запаха духов, фактура ткани. Комплексный показатель качества относится к нескольким свойствам товара. Комплексный показатель может иметь различную степень «агрегации». Комплексный групповой показатель представляет функцию от единичных показателей. Например, в комплексном эстетическом показателе ткани агрегирована группа единичных показателей колористическое оформление, фактура, отделка. Обобщенный комплексный показатель может рассчитываться на основе комплексных групповых показателей, показателей эстетических свойств, надежности, назначения и т.д. Разновидностью комплексного показателя является интегральный показатель качества.

Абсолютный показатель качества представляет собой фактическое значение показателя качества и выражается в натуральных и стоимостных единицах.

Относительный показатель качества представляет отношение абсолютного показателя оцениваемого образца продукции к абсолютному показателю аналога.

Показатели назначения характеризуют свойства товара, определяющие его основные функции. Показатели назначения включают следующие группы показателей:

- функциональная пригодность;
- взаимозаменяемость;
- совместимость.

Показатель функциональной пригодности характеризует полезный эффект потребления, степень удовлетворения конкретной потребности при использовании потребителем товара по назначению (пылесос - пылеочистительная способность, часы - точность хода, аудиоаппаратура - показатели качества звучания).

Показатель взаимозаменяемости характеризует пригодность одного товара для

использования вместо другого в целях выполнения одних и тех же функций (взаимозаменяемость терморегуляторов, агрегатов, используемых в холодильниках разных марок, но одного типа-размера).

Показатель совместимости характеризует пригодность товара к совместному, не вызывающему нежелательных взаимодействий использованию для выполнения установленных требований (совместимость холодильника с электрической сетью, телефона - с телефонной, электромагнитная совместимость радио- и электроприборов, используемых на кухне, в салоне автомобиля).

Эргономические показатели характеризуют соответствие конструкции изделия особенностям человеческого организма. В состав эргономических показателей входят:

- антропометрические;
- физиологические;
- психофизиологические;
- гигиенические.

Антропометрические показатели характеризуют соответствие изделия типичным размерам и форме человеческого тела и его отдельных частей. Физиологические показатели характеризуют соответствие изделия физиологическим особенностям человека - его силовым, скоростным и энергетическим особенностям человека (переносные радио и электроприборы, обувь, зимняя одежда, ручки, клавиши, переключатели).

Психофизиологические показатели характеризуют соответствие изделия особенностям функционирования органов чувств человека - порог слуха, зрения, осязания (звук, издаваемый игрушками, духовыми и ударными инструментами).

Психологические показатели определяют соответствие изделия психологическим особенностям человека - особенностям формирования и закрепления навыков, восприятия, памяти, мышления (регулировка громкости).

Гигиенические показатели характеризуют способность материалов и изделий поддерживать параметры организма человека и предметной среды, в которой он находится, на уровнях, обеспечивающих ему ощущение комфорта

(теплопроводность, водопроницаемость, пылепроницаемость, проницаемость ультрафиолетовых лучей).

Показатели безопасности характеризуют степень защиты человека от воздействия опасных и вредных факторов, возникающих при использовании товара. Показатели безопасности включают:

- показатели механической безопасности;
- показатели термической безопасности;
- показатели электрической безопасности;
- показатели электромагнитной безопасности;
- показатели химической безопасности;
- показатели биологической безопасности;
- показатели радиационной безопасности;
- показатели пожарной безопасности;
- показатели взрывобезопасности.

В таблице 1.2 представлены групповые и единичные показатели безопасности. Все перечисленные показатели нормируются в стандартах на непродовольственные товары [14, с.47],[см. 23].

Таблица 1.2 - Номенклатура показателей свойств безопасности непродовольственных товаров

Свойства безопасности	Показатели свойств безопасности
Механическая безопасность	Степень гладкости поверхности, наличие ограждений, способов защиты, блокирования движущих деталей, устойчивость
Безопасность от шума и вибраций	Уровень шума, уровень инфразвука, уровень ультразвука, уровень вибрации
Термическая безопасность	Максимальная температура поверхности изделия и отдельных его частей
Электрическая безопасность	Электрическое сопротивление изоляции, утечка тока, электрическая прочность изоляции, наличие статического электричества, наличие защитного заземления, наличие защитного отключения и прочие.
Электромагнитная безопасность	Напряжение электрического поля, плотность потока энергии электромагнитного поля, мощность дозы рентгеновского облучения, уровень ультрафиолетовой радиации и прочие.
Химическая безопасность	Содержание токсичных элементов
Биологическая безопасность	Наличие патогенных микроорганизмов и продуктов их жизнедеятельности.
Пожарная безопасность	Температура возгорания, температура тления, температура самовозгорания
Безопасность от взрывов	Предельно допустимая взрывоопасная концентрация веществ, дробовые или фугасные характеристики взрывоопасной среды
Радиационная безопасность	Содержание радионуклидов, плотность потока бета-частиц, напряжение поглощенной дозы гамма-облучения, наличие предупреждающей сигнализации, знаков безопасности.

Экологические показатели характеризуют способность товаров не оказывать вредного воздействия на окружающую среду при эксплуатации и утилизации. Эстетические показатели характеризуют способность товаров выражать свою общественную ценность в чувственно воспринимаемых знаках. Выделяют следующие эстетические показатели:

- информационной выразительности;
- рациональности формы;
- композиционной целостности;
- совершенства производственного исполнения и стабильности товарного вида.

Показатель информационной выразительности характеризует способность из-

деляя через особенности формы выражать сложившиеся в обществе эстетические представления.

Показатель рациональной формы характеризует единство и содержания, определяя соответствие формы природе использованного материала, особенностям технологии изготовления, требованиям эргономики.

Показатель композиционной целостности характеризует гармоническое единство частей и целого изделия, органическую связь элементов формы изделия.

Показатель совершенства производственного исполнения и стабильности товарного вида характеризует тщательность исполнения отдельных деталей, отсутствие значительных дефектов внешнего вида, тщательность исполнения информационных знаков, упаковки, сопроводительной документации, сохранность первоначального внешнего вида.

Показатели надежности характеризуют способность изделия выполнять заданные функции в течение требуемого промежутка времени или требуемой наработки. Показатель надежности включает показатели:

- безотказности;
- долговечности;
- сохраняемости;
- ремонтпригодности.

Показатели безотказности характеризуют способность изделия сохранять работоспособность в течение заданного, ограниченного промежутка времени, без вынужденных перерывов (наработка на отказ).

Показатели долговечности характеризуют способность изделия или материала сохранять в течение длительного времени потребительские свойства до наступления физического износа или другого предельного состояния (срок службы, ресурс).

Показатели ремонтпригодности характеризуют приспособленность изделия к поддержанию или восстановлению состояния, в котором оно способно выполнять требуемую функцию путем проведения технического обслуживания и ремонта.

Показатели сохраняемости характеризуют способность товара сохранять потребительские свойства в течение и после срока хранения и (или) транспортирования.

Уровень новизны как критерий конкурентоспособности очень влияет на саму конкурентоспособность товара. Зарубежная практика показывает, что предприятие, выпускающее в течение пяти лет одну и ту же продукцию и не подготовившееся к переходу на производство продукции «потребительской новизны», теряет конкурентоспособность. Фирмы США получают 30-50% прибылей за счет товаров-новинок [14, с.72].

Новый товар - это предмет потребления, который удовлетворяет новые потребности человека или по сравнению с заменяемым товаром более полно удовлетворяет сложившиеся потребности. Свойства товара, обуславливающие его принадлежность к категории «новый товар», следует считать проявлением новизны. На рисунке 1.1 представлена классификация новых товаров [14, с.70].



Рисунок 1.1. Классификация новых товаров

Товары нового вида - товары, удовлетворяющие новые потребности или удовлетворяющие уже существующие потребности принципиально другим способом.

Модернизированные товары - товары с улучшенными основными показателями.

Усовершенствованные товары - товары с улучшенными не основными показателями качества.

Модифицированные товары - товары с дополнительной областью применения, а также с дополнительной комплектацией.

Критерий конкурентоспособности товара - имидж. Имидж - известность и репутация предприятия как надежного партнера, способного обеспечить качество товаров, а также в срок выполнять свои обязательства. Имидж предприятия переносится и на его продукцию. При одинаковом значении отношения качество/цена у конкурирующих товаров покупатель отдает предпочтение товару с более высоким имиджем. При одинаковом качестве товары с более высоким имиджем продаются по более высокой цене. Поэтому, чтобы завоевать рынок, необходимо: 1) превзойти по качеству товар конкурирующей фирмы; 2) всеми методами создавать имя своей фирмы. Вторым путем выбирается очень часто. Именно по этому пути пошли и добились мирового признания автомобильные фирмы «Тойота», «Форд», «Крайслер», «Ниссан», Южнокорейские фирмы и др.[14, с.75].

Высокий положительный имидж создается медленно, а разрушается быстро. По результатам исследования имиджа фирм известно, что потребитель, удовлетворенный качеством товара, сообщает об этом 8 лицам, а недовольный 23 лицам.

Для поддержания высокого имиджа требуется эффективная реклама, постоянный контакт со СМИ и обеспечение стабильного уровня качества. При обнаружении на рынке товара с браком многие зарубежные фирмы для поддержания имиджа отзывают бракованную продукцию с рынка, неся при этом

большие расходы. Один из важных пунктов программы эффективного имиджа - утверждение фирмы и ее товара на определенном сегменте рынка. Выделяют

внешний имидж компании (через качество), внутренний имидж (атмосфера внутри компании), осязаемый имидж (название компании, ее девиз, интерьер офиса, фирменный знак).

Имидж проявляется и через торговую марку. Известная и популярная у потребителей марка именуется брендом. Деятельность по созданию долгосрочного предпочтения товара - брэндинг предполагает усиленное воздействие на потребителя сильного товарного знака, привлекательной и функциональной упаковки, рекламных обращений и других элементов рекламно-информационной деятельности.

И.М.Лифиц отмечает, что наиболее реальной стратегией продвижения отечественных товаров является проведение национальных программ-конкурсов, задача которых - выявление лучших российских товаров и услуг и укрепление посредством авторитетных конкурсов торговых марок лучших российских товаропроизводителей [14, с.80].

Информативность товара как критерий конкурентоспособности характеризует качество информации о конкурентных преимуществах. Информация для потребителя в зависимости от вида и технической сложности товара может быть представлена:

- текстом и (или) маркировкой на потребительской таре;
- эксплуатационным документом (паспортом, руководством показатели эксплуатации, этикеткой).

Общими требованиями к товарной информации являются достоверность, доступность, достаточность.

В качестве непосредственной информации о конкурентных преимуществах используются сведения о повышенном качестве товара, подтвержденными компетентными органами.

В обеспечении конкурентоспособности большую роль играет эксплуатационная документация, особенно для сложно технических товаров. Эксплуатационная документация в межгосударственном стандарте ГОСТ 2.601-95 «Единая система конструкторской документации. Эксплуатационные документы» рассматривается как конструкторский документ, но в условиях рыночной экономики эксплуатационная документация должна рассматриваться как товаросопроводительный документ, который как средство информации должен максимально учитывать интересы потребителей, в котором инженерные характеристики переведены в потребительские показатели качества [14, с.86].

Цена потребления отражает полные расходы потребителя показатели приобретению и эксплуатации продукции в течение срока эксплуатации. Полные расходы включают единовременные и текущие затраты.

Единовременные затраты включают затраты:

- на покупку товара;
- транспортирование;
- налоговые сборы;
- сборку и наладку.

Текущие затраты включают затраты:

— на послегарантийный ремонт;

— топливо и энергию;

комплектующие детали и материалы, потребляемые при эксплуатации товара.

По некоторым товарам (транспортные средства, холодильники) текущие затраты превышают единовременные затраты. Именно из-за таких текущих затрат покупатель часто приобретает более дорогой товар.

Основой цены потребления является продажная цена.

Существует три основных метода ценообразования:

— установление цены на основе себестоимости и прибыли (затратный принцип);

— установление цены на основе баланса спроса и предложения;

— установление цены с учетом цен конкурентов.

В условиях рыночной экономики превалирует тот или иной принцип в зависимости от типа рынка. По мнению Ф.Котлера [13, с. 175], все большее число фирм при расчете цены начинают исходить из ценности своих товаров. По рекомендации Международного центра торговли ЮНКТАД при ООН при установлении цен фирмам необходимо стремиться к достижению адекватности цен качеству [14, с.92]. Любое определение показателя качества включает два элемента: получение информации о фактическом значении показателя качества (первичная информация); сопоставление полученной информации с установленными требованиями с целью оценки соответствия. В зависимости от источника и способа получения первичной информации различают следующие методы:

— органолептический;

— измерительный;

— регистрационный;

— расчетный;

— экспериментальный;

— экспертный;

— социологический;

— аналитический.

Что касается факторов конкурентоспособности, которые влияют на предпочтительность товаров и определяют объем их реализации на данном рынке, то каждый автор приводит свои, но есть факторы, которые рассматриваются всеми.

В.Борисовым в работе [6] рассматриваются такие факторы, применительно к продукции (машин и оборудования) как:

— платежеспособный спрос - изменение покупательной способности;

— ресурсоемкость (косвенно оборотный капитал) - материало-, энерго-, топливо-, гидро- и трудоемкость;

— производственный аппарат (косвенно основной капитал) — низкий уровень инвестиций в технологическое перевооружение и износ технологического оборудования;

— культура организации производства (косвенно производственный менеджмент) - низкое качество сырья, полуфабрикатов, комплектующих и несоответствие

технологии повышенным требованиям к качеству;

— издержки инфраструктуры (косвенно инфраструктура) неудовлетворительная структура товарного рынка, высокие транспортные издержки, неудовлетворительный маркетинг [6, с.39].

Для продукции тракторостроения, по мнению В.Борисова, необходимо сконцентрировать внимание на таких факторах как характеристики спроса, капитала, ресурсоемкости, технологии, перераспределяя потенциал конкурентоспособности от эргономических показателей [6, с.41].

А.Печенкин в работе [17] факторы конкурентоспособности делит на три группы: технико-экономические, коммерческие, нормативно-правовые факторы [17, с.24]

Технико-экономические факторы включают: качество, продажную цену и затраты на эксплуатацию или потребление продукции. Эти компоненты зависят от: производительности и интенсивности труда, издержек производства, наукоемкое продукции и др.

Коммерческие факторы определяют условия реализации товаров на конкретном рынке. Они включают: конъюнктуру рынка; предоставляемый сервис (наличие дилерско-дистрибьютерских пунктов изготовителя и станций обслуживания в регионе покупателя, качество технического обслуживания, ремонта и других предоставляемых услуг); рекламу (наличие и действенность рекламы и других средств воздействия на потребителя с целью формирования спроса); имидж фирмы.

Нормативно-правовые факторы отражают требования технической, экологической безопасности использования товара на данном рынке, а также патентно-правовые требования (патентной чистоты и патентной защиты) [17, с.24].

И.М.Лифиц предлагает свой ряд факторов конкурентоспособности продукции:

- производственные;
- рыночные;
- сбытовые;
- сервисные.

В число производственных факторов включается: участие руководства в организации работ по повышению качества и конкурентоспособности, использование потенциала работников, планирование в области качества, управление технологическими процессами и процессами выполнения работ, рациональное использование ресурсов.

В число рыночных факторов входят следующие: острота конкуренции, емкость рынка, рыночная новизна, стабильность и перспективность рынка, подготовленность рынка, патентно-правовые показатели (показатели патентной чистоты и показатель патентной защиты).

Сбытовые и сервисные факторы действуют на отдельных этапах товародвижения. Действие их нужно учитывать изготовителям и посредникам - субъектам канала распределения, осуществляющим продвижение товара от изготовителя к потребителю. Сбытовые факторы непосредственно влияют на конкурентоспособность услуги и опосредствованно, через сервисные факторы на кон-

курентоспособность товаров.

Выделяют следующие сбытовые факторы:

- увязка новой продукции с ассортиментом выпускаемой продукции;
- создание разветвленной дилерской сети;
- рекламное обеспечение;
- форма расчета с поставщиком;
- транспортабельность товара;
- надежность поставки.

Сервисные факторы действуют на стадии обращения и учитываются деятельности как предприятий-изготовителей, оказывающих сервисные услуги, так и предприятий сферы бытовых услуг. В формировании конкурентоспособности товаров большую роль играют услуги предприятий розничной торговли. Они оказываются на этапах предпродажного и послепродажного обслуживания.

К факторам, действующим на стадии предпродажного обслуживания, относятся:

- условия приобретения товара и форма его оплаты (скидки за большой объем покупки или регулярность, зачет сданной старой вещи);
- демонстрация сложно технического товара в действии и предоставление покупателю возможности продегустировать пищевой продукт;
- подбор товара, исходя из индивидуальных особенностей покупателя.

На стадии послепродажного обслуживания в качестве факторов конкурентоспособности выступают наличие и качество следующих услуг.

- упаковка, доставка и установка (монтаж) купленных товаров;
- организация технического обслуживания в гарантийный и послегарантийный периоды.

Сбытовые и сервисные факторы как услуги тесно корреспондируют между собой, так как преследуют одни и те же цели: обеспечение надлежащего качества товаров; доступность товара для потребителя по цене и другим параметрам; обеспечение рационального ассортимента, то есть ассортимента, соответствующего спросу различных категорий покупателей по разным параметрам.

В таблице 1.3 приведены сервисные и сбытовые факторы, влияющие на определенные критерии конкурентоспособности товаров [14, с.113].

Таблица 1.3 - Влияние сбытовых и сервисных факторов на конкурентоспособность товаров

№ группы	Факторы		Объекты влияния
	Сбытовые	Сервисные	
1	2	3	4
1.	1.1.Рекламное обеспечение 1.2.Транспортабельность товара	1.1 .Демонстрация сложно технического товара 1.2.Подбор товара, исходя из индивидуальных особенностей потребителя 1.3.Техническое обслуживание	Качество товара

Продолжение таблицы 1.3

№ группы	Факторы		Объекты влияния
	Сбытовые	Сервисные	
1	2	3	4
2.	2.1. Условия оплаты 2.2. Создание дилерской сети 2.3. Транспортабельность товара	2.1. Условия приобретения и форма оплаты 2.2. Возможность доставки и монтажа товара 2.3. Регулирование гарантийных сроков технического обслуживания 2.4. Транспортабельность	Доступность товара
3.	3.1. Увязка с ассортиментом выпускаемой продукции		Ассортимент товаров

Сбытовые и сервисные факторы первой группы влияют на конкурентоспособность товаров через качество. В частности, сбытовые услуги 1.1 и сервисные услуги 1.1 и 1.2 обеспечивают компетентность выбора товара, а значит, формируют уровень качества товаров. Сбытовая услуга 1.2 определяет приспособленность товара к транспортированию в части сохранения ею потребительских свойств при операциях перемещения товара (разгрузка, погрузка, хранение и собственно транспортирование), а значит, влияет на сохранение качества и категорию качества товара (в частности, сорт плодоовощной продукции), предложенного к продаже. Возможность и качество технического обслуживания (сервисная услуга 1.3) определяет стабильность уровня качества в части надежности в эксплуатации. Сбытовая услуга 2.1 определяет доступность товара для магазина в части формирования разнообразного ассортимента. Сбытовые услуги 2.2, 2.3, сервисные услуги 2.1, 2.2, 2.3 определяют доступность товара по продажной цене, эксплуатационным и трудовым затратам, затратам времени на проезд к магазину.

Транспортабельность как приспособленность продукции к транспортированию (в части материальных и трудовых затрат) определяет доступность товара как для рядового потребителя, так и для магазина. Сбытовые факторы третьей группы определяют рациональность ассортимента, в частности его стабильность, а значит, конкурентоспособность услуги розничной торговли.

Определив критерии и факторы конкурентоспособности продукции, можно перейти к проблеме оценки конкурентоспособности продукции.

1.3 Методы оценки конкурентоспособности продукции

В научной литературе изложен целый ряд методов оценки конкурентоспособности продукции. Проблема состоит в необходимости выбрать наиболее оптимальный и объективный метод и адаптировать его к определенной ситуации.

Рассмотрим несколько подходов к оценке уровня конкурентоспособности продукции.

А.Печенкин в работе [17, с.24] предлагает наиболее простой метод, взяв за критерий конкурентоспособности продукции объемы продаж оцениваемого товара и товара конкурента:

$$V_{0i} = M_0 / (M_0 + M_i), \quad (4)$$

где M_0 и M_i - объемы продаж оцениваемого товара и i -го его аналога.

В данном случае V_{0i} - это относительная доля продаж оцениваемого товара по сравнению с его конкурентом или предпочтительность одного товара перед другим. Такую оценку можно получить экспертным методом. С помощью этого подхода нельзя определить на каких характеристиках товара фирме нужно сосредоточить внимание с целью повышения уровня конкурентоспособности продукции.

Другой подход к оценке уровня конкурентоспособности продукции предложил В.Юрашев [31, с.55], воспользовавшись понятием эластичности, которое показывает способность одной экономической переменной реагировать на изменение другой. Коэффициент перекрестной эластичности определяется по формуле:

$$E_{ik} = (dQ_i / dp_k) * (P_k / Q_i) \quad (5)$$

где dQ_i - процентное изменение спроса на товар i -ой марки; dp_k - процентное изменение цены марки k ;

P_k и Q_i - соответственно цена марки k и объем марки i .

Формула (1.5) позволяет исследовать зависимость поведения на рынке i -ой марки от k -ой, то есть численное значение E_{ik} может служить оценкой конкурентоспособности. Она позволяет, например, определить изменения объема продаж оцениваемой продукции при понижении или повышении цены конкурента. Выражение (1.5) может применяться при небольших изменениях цены и объемах продаж Q_j .

Если $E_{jk} > 0$ ($E_{ik} < 0$), то при повышении цены на товар k -ой марки увеличивается (уменьшается) спрос на аналогичную продукцию i -ой марки; при понижении цены на товар k -ой марки уменьшается (увеличивается) спрос на продукцию i -ой марки. Если же $E_{ik} = 0$, то повышение или понижение цены k -ой марки не отразится на объеме продажи i -ой марки.

Коэффициент E_{jk} рассчитывается периодически для разных уровней цен. Расчет может производиться раз в неделю или раз в месяц, в зависимости от того, как часто меняются цены на марки в данной товарной категории или от проведения различных маркетинговых мероприятий, эффективность которых нужно оценить. Если абсолютное значение E_{ik} мало, либо $E_{jk} < 0$, то компания занимает прочные рыночные позиции. Вопрос о цене товара в данном случае является второстепенным и фирма может направить свои усилия на увеличение объема продаж. Если $E_{ik} > 0$ и значение его нельзя считать малым, то действия конкурента могут существенным образом повлиять на работу компании. В этом случае изменения объема продаж фирмы влияют на ценовую политику всех компаний на рынке, для которых $E_{ik} > 0$ и E_{jk} и $|E_{jk}|$ не мало.

Этот подход также не дает возможности определить существенные характеристики товара при изменении которых компания может повысить уровень конку-

рентоспособности своей продукции.

Фатхутдинов Р.А. в работе [28, с.261] демонстрирует свои методы оценки конкурентоспособности продукции на основе ее эффективности и рыночных факторов. При использовании его подхода необходима качественная информация, характеризующая 1) полезный эффект данного объекта и конкурирующих объектов за нормативный срок их службы, 2) совокупные затраты за жизненный цикл объектов. Полезный эффект - это отдача объекта, интегральный показатель как система используемых в конкретных условиях частных показателей качества объекта, удовлетворяющих конкретную потребность. Полезный эффект использования объекта конкретным потребителем, как правило, меньше интегрального показателя качества объекта. Приближение этих показателей друг к другу по величине приводит к раз унификации объекта и увеличению затрат в сферах производства и восстановления. Значительный разрыв между интегральным показателем качества объекта и его полезным эффектом приводит к недоиспользованию полезных возможностей объекта, что тоже плохо. Полезный эффект объектов можно измерять в натуральных единицах (например, производительность/однопараметрических машин и оборудования), денежном выражении либо в условных баллах (полезный эффект объектов, характеризующихся несколькими дополняющими друг друга важнейшими параметрами). Основные методы прогнозирования полезного эффекта: нормативный, экспериментальный, параметрический, экспертный.

Количественную оценку конкурентоспособности однопараметрических объектов (например, машин и оборудования) можно осуществлять по формуле: $K_{a.0} = (E_{a.0} / E_{л.0}^{k_1} * k_2 * k_n,$ (6)

где $K_{a.0}$ - конкурентоспособность анализируемого образца объекта на конкретном рынке, доли единицы; $E_{a.0}$ - эффективность анализируемого образца объекта на конкретном рынке, единица полезного эффекта/денежная единица; $E_{л.0}$ - эффективность лучшего образца-конкурента, используемого на данном рынке; $k_1 * k_2 * k_n$ - корректирующие коэффициенты, учитывающие конкурентные преимущества [28, с.262].

Эффективность объекта рассчитывается по формуле:

$$E = П_c / З_c, \quad (7)$$

где $П_c$ - полезный эффект объекта за нормативный срок его службы в условиях конкретного рынка, единица полезного эффекта; $З_c$ - совокупные затраты за жизненный цикл объекта в условиях конкретного рынка, денежная единица.

Полезный эффект однопараметрических объектов Фатхутдиновым рекомендуется определять по формуле:

$$П_c = ХП_ч * Ф_г * K_1 * K_2 * K_3 * K_n, \quad (8)$$

где T - нормативный срок службы объекта, лет; $П_ч$ - часовая паспортная производительность объекта; $Ф_г$ - годовой плановый фонд времени работы объекта; K_1, \dots, K_n - коэффициенты, характеризующие несоответствие показателей качества объекта требованиям потребителя, невыгодность их выполнения, низкую организацию эксплуатации и ремонта объекта [28, с.262]. Эти показатели снижают полезный эффект объекта. К ним относятся: коэффициент безотказности, коэффи-

циент снижения производительности по мере старения, показатели уровня шума, вибрации и другие показатели эргономичности и экологичности объекта, показатель организационно-технического уровня производства у потребителей используемого объекта и др.

Совокупные затраты за жизненный цикл единицы объекта можно определить по формуле:

$$Z_c \sim Z_{\text{м.ниокр}} / N_i + Z_{\text{отпг}} / [N_1 + Z_{\text{изг}} + Z_{\text{вн}} + 2] Z_{\text{эт}} \wedge Z_{\text{лики}}, \quad (9)$$

где $Z_{\text{м.ниокр}}$ - сметная стоимость маркетинговых исследований; N_j - количество объектов, которое намечается выпустить по данной конструкторской документации; $Z_{\text{отпг}}$ - сметная стоимость организационно-технической подготовки производства нового объекта; N_2 - количество объектов, которое намечается выпустить по данной технологической документации; $N_i = N_i$ если имеем дело с одним изготовителем данного объекта; $Z_{\text{изг}}$ - затраты на производство объекта (без амортизации предыдущих затрат); $Z_{\text{вн}}$ - затраты на внедрение объекта у потребителя, включающие транспортные расходы, сметную стоимость строительно-монтажных и пусковых работ; T - нормативный срок службы объекта; Z^* - затраты на эксплуатацию, техническое обслуживание и ремонт объекта в год/(без амортизации предыдущих затрат); $Z_{\text{ликв}}$ - затраты на демонтаж и ликвидацию (реализацию) элементов основных производственных фондов (включая сам объект), выводимых в связи с освоением и внедрением нового объекта. Если эти затраты меньше дохода от реализации выводимых элементов фондов, то в формуле (9) они должны быть со знаком «минус», а если больше - со знаком «плюс» [28, с.263].

По формулам (6-9) можно оценивать конкурентоспособность только однопараметрических объектов (простые машины, оборудование, сырье, материалы, топливо, энергия и т.п.). Показатели, входящие в формулы, берутся из оперативного или статистического учета либо прогнозируются.

Р.А.Фатхутдиновым была предложена еще одна методика оценки конкурентоспособности продукции - «Оценка конкурентоспособности продукции по системе 1111-5555» [28, с.265]. Этот метод может быть применен при невозможности использования более точных количественных методов оценки.

Конкурентоспособность продукции следует оценивать по четырем главным статичным факторам: качество товара, цена товара, качество сервиса товара на конкретном рынке, эксплуатационные затраты на использование товара.

Интегральный показатель конкурентоспособности продукции можно оценивать экспертным путем по двум методам:

- 1) без учета весомости факторов;
- 2) с учетом весомости факторов.

По системе 1111-5555, без учета весомости факторов, конкурентоспособность продукции определяется как сумма баллов по каждому фактору. Эксперт

(один или группа) дает оценку фактора от 1 (минимум, наихудшее значение фактора) до 5 (наилучшее значение фактора). Так, товар низкого качества, предлагаемый по высокой (грабительской) цене, имеющий к тому же низкое качество сервиса и высокие эксплуатационные затраты, будет иметь конкурентоспособность 1-2 балла и его конкурентоспособность может быть, допустим, 1211. По этой

системе минимальное значение конкурентоспособности будет равно $4(1+1+1+1)$, а максимальное - $20(5+5+5+5)$. Оцениваемый товар имеет конкурентоспособность, равную 5 из 20, то есть в четыре раза отстает от лучших мировых образцов [28, с.265].

По результатам исследований наивысшие баллы имеют некоторые конкурентоспособные японские и американские фирмы, товары которых имеют высокое качество изготовления и сервиса, оптимальную ресурсоемкость по стадиям жизненного цикла. Конкурентоспособность этих товаров примерно равна 18(5454). Товары скандинавских стран и некоторых стран ЕС на российском рынке по этой же системе имеют конкурентоспособность равную 16(5344), то есть они отличаются высоким качеством, хорошим качеством сервиса, но имеют несколько завышенные производственные затраты. Конкурентоспособность продукции стран Юго-Восточной Азии на российском рынке в среднем оценивают в 10 баллов из 20(2422), то есть они низкого качества, реализуются по низкой цене, с плохой системой сервисного обслуживания и значительными эксплуатационными затратами. Конкурентоспособность продукции российских товаропроизводителей на рынке России оценивают в 12 баллов из 20(3333), то есть они по показателям средние [28, с.265].

Для повышения точности оценки предлагается взвешивать важность, или весомость, каждого фактора конкурентоспособности. Каждому из факторов соответствуют следующие весомости: качество товара - 4, цена - 3, качество сервиса товара на конкретном рынке - 2 и эксплуатационные затраты по использованию товара - 1 балл. Последний фактор оценен в 1 балл, так как эксплуатационные затраты во многом определяются качеством товара и его сервиса. Чем выше качество, тем ниже эксплуатационные затраты [28, с.265]. Для оценки конкурентоспособности продукции с учетом весомости факторов создается экспертная группа из высококвалифицированных специалистов численностью не менее 5 человек (руководитель, конструктор, маркетолог, экономист, технолог). Проводится сбор и обработка исходных данных для оценки. Затем строится система баллов для оценки. По системе баллов каждому фактору конкурентоспособности эксперт может присвоить от 1 до 5 баллов. Весомость факторов равна от 4 (качество товара) до 1 (эксплуатационные затраты) [28, с.265].

Оценка факторов конкурентоспособности товара вносится в таблицу (см. Таблицу 1.4).

Таблица 1.4-Экспертная оценка факторов конкурентоспособности товара

Эксперт	Оценка экспертов			
	КТ	ЦТ	КС	Эз
1. Руководитель				
2. Конструктор				
3. Маркетолог				
4. Экономист				
5. Технолог				
Сумма баллов				
Средний балл				

Конкурентоспособность продукции, определенная экспертным путем по системе баллов, будет рассчитываться по формуле:

$$K_r = \frac{\sum_{i=1}^n B_{ij} / n}{5} * a_j, \quad (10)$$

где K_r - конкурентоспособность товара (значение колеблется от 2 до 10); n - количество экспертов; B_{ij} - экспертная оценка i -ым экспертом j -го фактора конкурентоспособности товара; Q - весомость j -го фактора (от 4 до 1); 5 — максимальная оценка фактора [28, с.265].

Таким образом можно определить резервы повышения конкурентоспособность продукции по всем направлениям.

И.М. Лифиц в работе «Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг» предложил классификацию методов оценки конкурентоспособности товаров. Она представлена в таблице 1.5 [14, с. 146].

Таблица 1.5 - Классификация методов оценки конкурентоспособности товаров

Признаки классификации	Группировка методов
1. Номенклатура критериев	1. Прямые методы 2. Косвенные методы
2. Цель и стадии оценки (исхода из жизненного цикла продукции)	1. Методы, применяемые на стадиях проектирования и изготовления продукции 2. Методы, применяемые на стадиях реализации и эксплуатации
3. Форма представления данных	1. Графические методы 2. Матричные методы 3. Расчетные методы 4. Комбинированные методы расчетно-матричные, расчетно-графические

К прямым методам автор относит методы, основанные на номенклатуре критериев, включающей интегральный показатель качества - отношение качество/цена.

К косвенным методам автор относит методы, основанные на номенклатуре, включающей только характеристики качества. Отсутствие в номенклатуре продажной цены позволяет только косвенно судить о конкурентоспособности товаров. Поэтому применение метода оправдано в том случае, когда оцениваемые товары имеют близкие значения розничной цены.

Методы, применяемые на стадиях проектирования и изготовления, автор предлагает использовать для прогнозирования конкурентоспособности, определения путей повышения качества и снижения цены потребления новых образцов товаров [см. подробнее в 9].

Методы, применяемые на стадиях реализации и эксплуатации, используют торговые и потребительские организации. По словам автора, торговые организации оценивают конкурентоспособность на основе объема продаж, уровня реализации, скорости продажи товаров-аналогов. Торговые организации опираются на

мнение покупателей, которые «голосуют рублем» за тот или иной товар. Описание графического метода оценки конкурентоспособности продукции подробно представлено в работах [14; 15]. Матричный метод автор рассматривает на примере матрицы Нильсена [5]. Как отмечает И.М. Лифиц данный метод апробирован на примере оценки коммерческого успеха навигационных приборов. Метод предусматривает: а) комплексную оценку конкурентоспособности с использованием совокупности групповых критериев товарных, сбытовых, рыночных, производственных; б) градацию уровня коммерческого успеха по трем группам - «ниже среднего», «среднее», «выше среднего»; в) характеристику признаков по каждому единичному критерию анализируемого товара для отнесения к одной из групп. Лифиц модифицировал матрицу Нильсена. Модифицированная матрица представлена в [14, с.154]. В качестве расчетных методов наиболее широкое применение в практике оценки конкурентоспособности продукции нашел метод среднеарифметического.

Автор отмечает, что при оценке конкурентоспособности продукции возможно использование метода анализа иерархий [14, с.158],[см. 21]. На практике матричные и графические методы, как правило, комбинируют с расчетными методами [13, с. 158]. Рассмотрев различные подходы к оценке конкурентоспособности продукции, можно переходить к анализу конкурентоспособности продукции рассматриваемого объекта исследования.

2 АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ В ООО «СМК»

2.1. Краткая характеристика предприятия ООО «СМК»

Алтайский тракторный завод, расположенный в г. Рубцовске Алтайского края, ведет свою историю с 1942 года, когда Харьковский тракторный завод был эвакуирован во время Великой Отечественной Войны 1940-1945 гг. 24 августа 1942 года был собран первый трактор АСХТЗ-НАТИ с керосиновым двигателем и деревянной кабиной. В 1952 году без остановок производства завод перешел на выпуск тракторов ДТ-54. С января 1965 года началось производство трактора Т-4. Одна из модификаций Т-4 трактор Т-4М на Международной выставке в Москве в 1966 году отмечен Золотой медалью. В 1956 году принято решение об организации на Алтайском тракторном заводе производства трелевочных факторов для лесной промышленности. На Всемирной выставке в Брюсселе в 1958 году трелевочный фактор ТДТ-60 был удостоен высшей награды - диплома I степени и золотого приза Гран-при. Был создан более мощный трелевочный трактор ТДТ-75. С основанием производства трелевочных машин Алтайский тракторный завод превратился в одно из крупнейших предприятий на Востоке страны. С 1970 года тракторостроители перешли на выпуск более мощного сельскохозяйственного трактора Т-4А. На базе этого фактора выпускается промышленная модель Т-4АП2, предназначенная для Строительных и дорожных работ. Для лесной промышленности с ноября 1971 года завод выпускал трелевочный трактор ТТ-4. В 1974 году предприятие было переименовано в производственное объединение «Алтайский тракторный завод», а в 1992 году преобразовано в Открытое Акционерное Общество «Алтайский фактор». В настоящее время для лесной промышленности производится трелевочный фактор ТТ-4М и готовится к производству МТ-5, а также готовится к производству мощный сельскохозяйственный гусеничный трактор Т-250, прошедший сравнительные испытания с трактором Челенджер-65 производства США. Открытое Акционерное Общество «Алтайский трактор» учреждено в соответствии с указом президента РФ от 1 июля 1992 года N127 «Об организационных мерах по преобразованию государственных предприятий, добровольных объединений, государственных предприятий в акционерные общества». ООО «СМК» имеет представительства в г. Москве, в г. Барнауле, в г. Хабаровске. Организационно-правовая форма: частное предприятие.

Уставный капитал составляет 562123000 рублей. Количество акций 5621230 шт., в том числе привилегированных - 1405308 шт. Номинальная стоимость одной акции 100 руб. Стоимость основных фондов с учетом переоценки на 01.10.2017 г. составляла 1750025265 руб. Степень износа основных фондов на ту же дату составила 62,9%. Остаточная стоимость за вычетом износа 649113024 руб.

Общее количество акционеров - 25537, в том числе:

физических лиц - 25524, юридических - 3.

Распределение акций среди акционеров:

Гос. Собственность - 0%;

Сторонние организации и физические лица - 14,25%.

Согласно уставу органами управления общества являются:

- У общее собрание акционеров;
- совет директоров;
- генеральный директор;
- правление.

Схема оргструктуры ООО «СМК» представлена в Приложении 1. Высшим органом управления ООО «СМК» является общее собрание акционеров. Годовые собрания акционеров созываются советом директоров. Совет директоров принимает наиболее важные решения в период между общими собраниями акционеров, обеспечивает отчетность и ответственность за деятельность общества. Руководство текущей деятельностью общества осуществляется генеральным директором и правлением ООО. Генеральный директор является главным руководителем общества. Правление осуществляет оперативное руководство предпринимательской деятельностью. Органом контроля за финансово-хозяйственной деятельностью является ревизионная комиссия. Организационная структура ООО «СМК» является линейно функциональной. Такая структура основана на разделении сфер полномочий и ответственности по функциям управления. В пределах отдельных функций создаются управленческие подразделения (блоки), которые передают нижестоящей ступени управления, или непосредственно производственным звеньям, обязательные для них решения. Для устранения противоречивости указаний вводится приоритет указаний высшего руководства предприятия. Учитывая огромные размеры данного предприятия, большую численность работников и множество организационных, производственных, социальных и финансовых вопросов необходимых решать руководству линейно функциональная структура управления вполне целесообразна с точки зрения масштаба управляемости. Масштаб управляемости на предприятии не превышает 9 человек. Для обеспечения наиболее эффективного взаимодействия всех уровней управления на предприятии используются следующие средства коммуникации:

- компьютерная связь;
- селекторная связь;
- телефонная связь;
- директора-диспетчерская связь.

В ООО «СМК» с целью достижения наиболее эффективных результатов его деятельности применяются административный, экономический и социально-психологический методы управления. Численность всего персонала на 2018г. составила 9656 человек, в том числе рабочих- 6918 человека (см. Приложение 2).

Среднемесячная заработная плата одного работающего в 2018 году по сравнению с 2016 годом увеличилась на 4%, среднемесячная плата одного рабочего в 2018 году по сравнению с 2016 годом увеличилась на 5,7%. Фонд зарплаты всего предприятия в 2018 году по сравнению с 2016 годом снизился на 15,3%, фонд зарплаты рабочих за аналогичный период снизился на 18%, на это повлияло сокращение товарной продукции в 2018 году по сравнению с 2016 годом на 42,7%, соответственно и выработка на одного работающего снизилась и это изменение составило 29,4%. На уменьшение товарной продукции также повлиял отток вы-

сококвалифицированных рабочих, как видно из таблицы “Квалификационный состав рабочих” (см. Приложение 3), средний тарифный разряд за 2018 год составил 3,41, что не значительно отличается от среднего тарифного разряда за 2016 год - 3,43. Изменение составило (-0,02). А вот средний тарифный коэффициент за 2018 год составил 1,33, что на 0,15 меньше по сравнению с 2016 годом. Это обстоятельство может свидетельствовать о сокращении численности высококвалифицированного персонала. В свою очередь это повлияло на производительность в сторону уменьшения, а также возможно на качество в сторону его понижения. Если тенденция продолжится и далее - еще в большей степени это скажется на производительности и на качестве продукции.

Алтайский тракторный завод специализируется на выпуске мощных гусеничных сельскохозяйственных тракторов общего назначения, а также гусеничных тракторов специального назначения.

Широкая номенклатура тракторов охватывает практически все виды работ, выполняемых гусеничными машинами:

- в сельском хозяйстве - пахота, боронование, культивация, сев и т.д.;
- в мелиорации - прокладка осушительных каналов, строительство дренажа и т.д.;
- в строительстве - бульдозерные и погрузочные работы, рыхление грунта и корчевание, работы со скрепером, грейдером и другими машинами с активными и пассивными рабочими органами;
- в лесной промышленности - валка, трелевка, погрузка древесины, строительство лесовозных дорог, работы на сплотке леса и прочие работы, связанные с механизацией труда лесозаготовителей.

Кроме этого, алтайские тракторы используются в качестве базовых машин для монтажа кранового, специального геологоразведочного оборудования и другой техники, используемой для самых разнообразных работ по монтажу линий электропередачи, строительству и эксплуатации нефти - и газопроводов, а также служат надежным транспортным средством при работе в исключительно тяжелых условиях.

Для проведения фирменного обслуживания тракторов в гарантийный и послегарантийный периоды эксплуатации акционерное общество имеет сеть технических центров в России и странах СНГ. В технических центрах осуществляется контроль за правилами эксплуатации, ведется сбор информации о техническом состоянии эксплуатируемых тракторов, их надежности, потребности в запчастях, рассматриваются претензии хозяйств по качеству машин, устраняются дефекты и т.п.

Площадь территории ООО «СМК» в пределах ограждения составляет 315,3960 га.

Площадка завода расположена в северо-западной части города, в составе промузла.

Площадка завода насыщена железнодорожными путями. Общая протяженность внутризаводских железнодорожных путей 31,14 км. Наличие внутризаводских железнодорожных путей нормальной колеи позволяет при необходимости осу-

ществлять поставку отдельных видов материалов и конструкций.

На территории завода имеется ТЭЦ. В качестве топлива выделен уголь.

ТЭЦ вырабатывает собственную тепло-энергию для собственных нужд и сторонних потребителей. В настоящее время ведутся переговоры руководства завода и представителей местных и региональных органов власти, по предмету передачи ТЭЦ в аренду местным органам власти с последующим выкупом.

Источником водоснабжения является городские водозаборные очистные сооружения. Производственное водоснабжение происходит за счет оборотного водоснабжения чистого и грязного цикла. Хозяйственно-бытовые стоки очищаются на городских канализационных сооружениях. Производственные сточные воды и дождевые стоки очищаются на заводских сооружениях

Озеленение санитарно-защищенной зоны составляет 40% общей площади ее территории.

Производственная мощность завода 12,5 тыс. штук машин в год, в том числе сельскохозяйственных тракторов - 9,0 тыс. штук в год, трелевочных тракторов 3,5 тыс. штук в год.

Предприятие располагает мощностями по выпуску горячих штамповок в объеме 23,6 тыс. тонн в год, стального литья 43,8 тыс. тонн в год, чугунного литья из серого чугуна 22,6 тыс. тонн в год, цветного литья 300 тонн в год.

Производство ООО «СМК» состоит из основного и вспомогательного. В состав основного производства входят 14 производственных подразделений. Это цехи литейного, кузнечного, термического, прессового, механосборочной) и сборочного производств. Вспомогательное производство насчитывает 9 производственных подразделений:

1. Специализированное инструментальное производство- инструментальный цех по выпуску различных видов инструмента и тех. Оснастки, штамповые мастерские КП по выпуску и ремонту штампов горячей штамповки, мастерская ПСК по ремонту штампов холодной штамповки. Производство модельной оснастки - дерево модельной и метало модельной.

2. Производство нестандартного оборудования, в состав которого входит отдел ОГКМА по его проектированию.

3. Транспортная служба:

➤ ОПЖДТ- отделение промышленно-железнодорожного транспорта;

➤ ЦБТ- цех безрельсового транспорта.

5.Отделение скрапоразделочных работ ООР.

6.Энергопроизводство завода в составе:

➤ ТЭЦ-теплоэлектроцентраль;

➤ ГГЦ-газогенераторный цех;

➤ ЭСЦ-энергосиловой цех.

7.Энергомеханическое управление ЭМУ, в его составе:

➤ РМЦ-ремонтно-механический цех;

➤ ЦКР-цех капитального ремонта;

➤ ЦПО-цех программного оборудования;

➤ ЦСХС-цех слаботочных хозяйственных связей.

8. Научно-технический центр НТЦ, в его составе:

➤ ЦМС-цех мелких серий, в котором организовано производство опытных образцов новой техники.

9. Ремонтно-строительное управление.

Основными видами деятельности ООО «СМК» являются:

➤ производство и реализация тракторной, инженерно-строительной техники и запасных частей к ней;

➤ производство нестандартного оборудования и продукции специального назначения для нужд Российской Федерации и на экспорт;

➤ фирменное торгово-сервисное обслуживание и ремонт тракторов;

➤ изготовление и реализация товаров народного потребления;

➤ оказание услуг и выполнение работ в области бытового обслуживания;

➤ проведение ярмарок, аукционов, конкурсов, выставок;

➤ осуществление закупочной, оптовой, розничной, комиссионной, коммерческой торговли;

➤ осуществление ремонтно-строительных, строительных работ и специальных монтажных работ;

➤ выполнение проектных работ по строительству, реконструкции и техническому перевооружению с правами генерального проектировщика и заказчика;

➤ выполнение научно-исследовательских, проектно-конструкторских и технологических работ;

➤ осуществление рекламно-издательской деятельности;

➤ осуществление полиграфической деятельности;

➤ производство и распространение средств массовой информации;

➤ выпуск, приобретение, владение и продажа ценных бумаг, разрешенных к обращению законодательством;

➤ оказание маркетинговых услуг и товарообменных услуг;

➤ осуществление внешнеэкономической деятельности по экспорту и импорту товаров и услуг, научно-исследовательских и проектно-конструкторских работ, созданию совместных предприятий;

➤ производство и продажа тепловой и электрической энергии, кислорода, углекислоты;

➤ изготовление и продажа инструмента и оснастки;

➤ оказание услуг телефонной связи.

Основные виды продукции.

Сельскохозяйственные тракторы:

Трактор Т-4А.01 (гусеничный сельскохозяйственный трактор общего назначения тягового класса 4);

Трактор Т-402.01 (модернизированный гусеничный сельскохозяйственный трактор общего назначения);

Трактор Т-4АП2Б.01 (промышленная модель гусеничного сельскохозяйственного трактора Т-4А.01, предназначен для работы в агрегате с дорожно-строительным оборудованием, а также с прицепными сельхозмашинами из шлейфа трактора Т-4А.01);

Трактор Т-404 (гусеничный сельхозтрактор общего назначения тягового класса 4-5).

Трелевочные тракторы:

Трактор ТТ-4М (гусеничный трактор с трелевочным оборудованием, трактор может быть дополнительно оборудован толкателем или бульдозером).

На базе этого трактора выпускают различные модификации с разным навесным оборудованием (см. Приложение 4).

Основные потребители этого трактора:

1. Заводы агрегатных машин 33,9%: в том числе Краслесмаш 19,4%

Пермский 4,9%

Абаканский 6,3%

Свердловский 2,5%

Плесецкий 2,0%

Тинский 2,7%>

Учалинский 2,0%)

2. Рослее закупает 46,1 %> от количества произведенных машин: в том числе Уральская зона 15,1%> Восточносибирская зона 16,6%>

Дальневосточная зона 5,0%> Северо-западная зона 0,6%>

3. Прочие отгрузки 20,0%>

Цена каждого конкретного трактора зависит от его модели, модификации, комплектации, а также от объективных причин, не зависящих от предприятия изготовителя: нестабильной экономической обстановки, инфляционных процессов, роста цен на комплектующие изделия, сырье и материалы. Цены некоторых тракторов представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 - Цены тракторов по годам, (руб.)

Год	Марка трактора			
	Т-4 А	Т-4 А П2	ТТ-4М	ТТ-4М-01
2016	487530	524655	625630	593110
2017	640200	689100	691414	594106
2018	726000	708264	909510	792750

На предприятии недостаточно конкретных методов стимулирования покупателей, хотя для привлечения потенциальных потребителей это необходимо.

Спектр средств и видов рекламы, используемых отделом маркетинга, весьма широк. Это печатная реклама (проспекты, буклеты, плакаты, календари), реклама в средствах массовой информации, участие в различных выставках, ярмарках. Также изготавливаются различные рекламные сувениры - значки, ручки с фирменной символикой. Применение большого числа средств и видов рекламы позволяет более полно охватить потенциальных потребителей и, как результат, увеличить сбыт продукции.

Запасные части к тракторам изготавливаются по заявкам потребителей.

Завод имеет мощное специализированное инструментальное производство по выпуску различных видов:

Режущего инструмента: в том числе резцы, ножи к сборному инструменту,

сверла, развертки, зенкеры, протяжки, фрезы, червячные фрезы, метчики, плашки, ролики, долбяки, шеверы.

Измерительного инструмента: шаблоны, пробки, кольца, калибры, скобы, вспомогательного и крепежно-зажимного инструмента, контрольно-измерительных приспособлений, рабочих приспособлений, штампов холодной штамповки, пресс-форм для точного литья и по выплавляемым моделям, пресс-форм для деталей РТИ.

Товары народного потребления:

колесный малогабаритный трактор МТ-16 тягового класса 0,2-0,6 т.с.; колесный малогабаритный трактор МТ-8 тягового класса 0,2 т.с.;

и пр.

ООО «СМК» принимает участие в деятельности финансово-промышленных групп и капитале других предприятий и организаций. Участие ООО «СМК» в уставном капитале других предприятий представлено в Приложении 5. ООО «СМК» принимает активное участие в деятельности своих дочерних предприятий. В деятельности сторонних организаций ООО «СМК» принимает незначительное участие.

Основные потребители продукции ООО «СМК» их географическое расположение представлено в Приложении 6.

В настоящее время на рынке пахотной тракторной техники общего назначения активно представляют свою продукцию заводы-конкуренты:

ОАО «Волгоградский тракторный завод»-ДТ-75, ВТ-100;

ОАО «Харьковский тракторный завод»-Т-150, ХТЗ-121, ХТЗ-1631, ХТЗ-17221;

ЗАО «Петербургский тракторный завод»-К-700А.

На российском рынке лесопромышленной техники представляют свою продукцию: «Онежский тракторный завод»-ТДТ-55, ТЛТ-100, ТБ-1М-15.

Опытные образцы на рынке лесопромышленной техники представляет АО «Курган машзавод» - трелевочная машина МЛ-107. В эксплуатации тракторов нет. Но это серьезный конкурент для ООО «СМК» - машине ТТ-4М.

На мировом рынке пахотной тракторной техники общего назначения свою продукцию-аналоги представляют разные фирмы-конкуренты. Некоторые из них представлены в Приложении 7. Цены на импортную технику в несколько раз больше чем на отечественную. Из-за неплатежеспособности многих фермерских хозяйств зарубежная техника просто недоступна.

Описав объект исследования, целесообразно перейти к анализу финансового состояния предприятия за 2000-2001 года для выявления тенденций его развития, резервов, а также для принятия более обоснованных решений в области управления конкурентоспособность выпускаемой продукции.

2.2. Анализ финансового состояния ООО «СМК» за 2016-2018 гг.

Финансовое состояние предприятия характеризуется системой показателей, отражающих состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования финансировать свою деятельность на фиксированный период времени:

момент времени.

Общая оценка финансового состояния проводится по сравнительно аналитическому балансу, где отражаются состав и структура актива и пассива баланса. Сравнительно-аналитический баланс ООО «СМК» представлен в Приложении 8, Приложении 9.

По данным сравнительно-аналитического баланса можно сделать следующий вывод:

Общая стоимость имущества в 2016 году выросла на 23%, однако в 2017 году стоимость имущества снизилась на 11%, и в 2018 году наблюдается снижение стоимости имущества на 7% по сравнению с концом 2017 года. В целом за период можно сказать, что стоимость имущества на кон. 2018 года почти равна стоимости имущества на нач. 2016 года и есть вероятность, что стоимость имущества будет в дальнейшем снижаться.

В структуре имущества наибольшую долю на нач. 2016 года составляли внеоборотные активы (59%), а на кон. 2016 года (начало 2017г.) наибольший удельный вес составили оборотные активы (53,6%), однако в течение 2017 года и в течение 2018 года происходили изменения в составе и структуре активов, что привело к увеличению удельного веса внеоборотных активов. Они на кон. 2017 года (нач.2018г.) и конец 2018 года соответственно составили в структуре имущества 50,5% и 52%. Безусловно, на соотношение внеоборотных активов и оборотных активов повлияло изменение их состава и структуры.

В течение анализируемого периода в составе внеоборотных активов произошли следующие изменения:

Нематериальные активы в 2016г. уменьшились на 51%, а в 2017г. наблюдается очень значительное их увеличение, что могло свидетельствовать об инновационной активности, но на конец 2018г. нематериальные активы отсутствуют, что возможно может свидетельствовать о сокращении инновационной деятельности;

➤ Основные средства в 2016г. выросли на 13%, но в течение 2017г. и 2018г. наблюдается постепенное выбытие основных средств из состава имущества (в 2001г. по сравнению с концом 2016г. на 3%, в 2018г. по сравнению с концом 2017г. на 5%), но тем не менее абсолютная величина основных средств на конец 2018г. немного больше чем на начало анализируемого периода, что в принципе является положительным моментом, но наметившаяся тенденция к уменьшению основных средств ведет к сокращению основного вида деятельности, это расцениваться может отрицательно;

➤ Величина незавершенного строительства в течение 2016г. и 2017г. постепенно уменьшалась, соответственно в 2016г. снижение составило 52%, в 2017г. по сравнению с концом 2016г. - 2%, это могло выступать свидетельством постепенного ввода части незавершенного строительства в эксплуатацию и компенсировало сокращение величины основных фондов предприятия, но на конец 2002.Г. по отношению к началу 2018г. незавершенное строительство увеличилось на 3%, что может свидетельствовать о начале строительства новых основных фондов с целью расширения объема производства либо обновления старых основных фондов;

➤ Долгосрочные финансовые вложения в течение 2016г. и 2017г. росли, соответственно на 11% и 8%, что свидетельствовало об увеличении финансово инвестиционной активности, но с нач.2017г. по нач.2018г. происходит сокращение долгосрочных финансовых вложений на 3%, что говорит о небольшом сокращении финансово-инвестиционной активности.

Наибольшую долю в течение анализируемого периода во внеоборотных активах занимают основные средства и незавершенное строительство, что говорит об ориентации предприятия на создание материальных условий расширения основной деятельности (см. Приложение 8; Приложение 17, график 1).

В течение анализируемого периода в составе оборотных активов произошли следующие изменения:

➤ Запасы на протяжении 2016г. и 2017г. росли, соответственно на 66% и на 29%, что может говорить нам об увеличении объемов производства в эти периоды либо о сокращении деловой активности. С нач.2017г. по нач.2018г. происходит снижение величины запасов, которое может свидетельствовать либо о сокращении объемов производства либо об увеличении деловой активности;

➤ Величина НДС в течение 2016г. увеличилась на 136%, что косвенно может говорить об увеличении объемов производства в рассматриваемом периоде, в течение 2017г. величина НДС уменьшилась на 7%, а с нач.2017г. по нач.2018г. увеличилась на 64%;

➤ Дебиторская задолженность с нач.2016г. по нач.2018г. выросла на 56%, это уменьшило платежеспособность предприятия в 2000г., но возможно создало условия для привлечения покупателей и расширения объема производства и реализации. С нач.2017г. по нач.2018г. предприятие уменьшило дебиторскую задолженность на 57%, это возможно привело к улучшению платежеспособности предприятия, но с нач.2017г. по нач.2018г. наблюдается рост дебиторской задолженности на 28%. Положительным моментом является то, что предприятие не имеет долгосрочной дебиторской задолженности на протяжении анализируемого периода, что еще больше могло ухудшить платежеспособность предприятия, соответственно клиентов можно характеризовать как дисциплинированных в отношении платежных требований со стороны предприятия;

➤ Величина денежных средств в течение 2016г. 2017г. постоянно росла (соответственно на 8% и на 336%), что положительно сказалось на ликвидности баланса, но с другой стороны часть денежных средств была изъята из оборота и «не работала». С нач.2017г. по нач.2018г. наблюдается сокращение денежных средств на 60%, что может ухудшить ликвидность баланса, но эти средства будут мобилизованы и пущены в оборот;

➤ Величина прочих оборотных активов в течение 2016г. увеличились на 20%, что может свидетельствовать об увеличении деловой активности в каком-либо направлении деятельности кроме основной, но в течение 2017г. прочие активы были либо выведены из оборота либо переведены в другой элемент оборотных активов, что явилось бы положительным моментом для основной деятельности.

Проведем анализ структуры средств предприятия с использованием коэффициента имущества производственного назначения. Результаты анализа приведены

в таблице 2.2.

Таблица 2.2 - Анализ структуры средств ООО «СМК» с использованием коэффициента имущества производственного назначения за 2015-2018гг.

Показатель	Норм, ограничение	01.01.2015	01.01.16г.	01.01.17г.	01.01.18г.
кипн	>0.5	0.76	0,69	0,83	0,78

При анализе структуры средств предприятия с использованием коэффициента имущества производственного назначения определили, что предприятию не нужно пополнять собственный капитал или привлекать долгосрочные вложения для увеличения имущества производственного назначения, так как его доля в сумме всех активов за анализируемые моментные даты всегда больше 50%.

Для формирования необходимых средств нужны соответствующие источники формирования активов, которые делятся на собственные и заемные, и соотношение между которыми определяет рыночную устойчивость предприятия. Поэтому возникает необходимость в анализе состава и структуры пассива баланса. В структуре пассива баланса за анализируемый период наибольшую долю занимает собственный капитал: на 01.01.15г. - 71%, на 01.01.16г. - 58%, на 01.01.17г. - 60%, на 01.01.18г. - 51%. Это является положительным моментом, так как предприятие может в случае необходимости покрыть все обязательства собственными средствами. Но наметилась скрытая тенденция к уменьшению доли собственного капитала, что увеличивает зависимость предприятия от заемных источников, но это и увеличивает рентабельность собственного капитала.

В структуре заемного капитала наибольшую долю занимают кредиторская задолженность, которая с 01.01.15г. по 01.01.16г. увеличилась на 81%, с 01.01.16г. по 01.01.17г. уменьшилась на 31% и с 01.01.17г. по 01.01.18г. увеличилась на 11%. Негативным фактором является то, что кредиторская задолженность в сопоставлении с дебиторской задолженностью за аналогичные моментные даты почти в два раза выше, что может характеризоваться уменьшением платежеспособности предприятия. Затруднения при расчете с кредиторами также характеризует рост краткосрочных займов и кредитов: значительный их рост 2015г., в 2016г. рост 7%, в 2017г. рост 13%. Наибольшую долю в структуре собственного капитала занимает уставный капитал и добавочный (см. Приложение 9; Приложение 17, график 2).

Анализ структуры источников формирования средств можно дополнить анализом структуры источников формирования средств на основе коэффициентов рыночной устойчивости. Расчеты коэффициентов рыночной устойчивости приведены в таблице 2.3.

Таблица 2.3 - Анализ структуры источников формирования средств на основе коэффициентов рыночной устойчивости ООО «СМК» за 2015-2018гг.

Коэффициенты	Нормальные ограничения	01.01.15г.	01.01.16г.	01.01.17г.	01.01.18г.
Ка	>0,5	0,71	0,58	0,6	0,51
Кз	<0,5	0,29	0,42	0,4	0,49
Кз/с	<1	0,4	0,72	0,66	0,96
Кз/п	< 1	0,4	0,72	0,66	0,96

В результате анализа определили, что по всем показателям рыночной устойчивости, по каждой моментной отчетной дате, соблюдаются нормальные ограничения, что является положительным, хотя как говорилось выше, можно выявить тенденцию к увеличению зависимости предприятия от внешних заемных источников финансирования.

Проанализируем финансовую устойчивость ООО «СМК». Финансовая устойчивость такое состояние счетов предприятия, которое гарантирует его постоянную платежеспособность. Финансовая устойчивость характеризуется обеспеченностью запасов и затрат предприятия источниками их формирования.

Для характеристики источников формирования запасов используется несколько показателей, отражающих различную степень охвата разных видов источников. Результаты расчетов представлены в таблице 2.4.

Таблица 2.4 - Динамика показателей источников формирования запасов и затрат ООО «СМК» за 2015-2016гг.

Показатели	Абсолютная величина, руб.				Удельный вес, %			
	01.01.15г.	01.01.16г.	01.01.17г.	01.01.18г.	01.01.15г.	01.01.16г.	01.01.17г.	01.01.18 г.
СОС	167283575	188052525	132598000	-10128000	12	11	9	-0,7
СДИ	167283575	188052525	132598000	-10128000	2	11	9	-0,7
ОИФ	562467448	902012775	745050000	667510000	1	54	50	48

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что с 01.01.15г. по 01.01.16г. происходит рост величины СОС и ОИФ, что в принципе улучшает финансовую устойчивость, но по показателю удельного веса ОИФ, который на 01.01.15г: был 41%, а к 01.01.16г. стал 54% можно сказать, что финансовая устойчивость предприятия пошатнулась из-за большего роста заемного капитала чем собственного. С 01.01.16г. по 1.01.17г. наблюдается уменьшение абсолютной величины СОС и ОИФ, их удельный вес по отношению к итогу баланса составил соответственно 9% и 50%, что также характеризует ослабление финансовой устойчивости. С 01.01.17г. по 01.01.18г., в результате получения предприятием

убытков, абсолютная величина СОС уменьшилась до отрицательного значения, величина ОИФ соответственно уменьшилась. Удельный вес СОС и ОИФ соответственно составил -0,7% и 48%, что еще в большей степени усугубило финансовую устойчивость.

Таблица 2.5 - Анализ показателей обеспеченности запасов и затрат источниками их формирования ООО «СМК» за 2015-2017г.

Чтобы дать более точную оценку сложившейся ситуации, необходимо определить величину излишка или недостатка по каждому источнику, который определяется как разница между величиной соответствующих источников и величиной запасов и затрат. Расчет излишка (недостатка) представлен в таблице 2.5. Наименование источника	Излишек(+), недостаток(-), руб.			
	01.01.15г.	01.01.16г.	01.01.17г.	01.01.2018г.
СОС	-66678791	-199429445	-368183000	-371069000
СДИ	-66678791	-199429445	-368183000	-371069000
ОИФ	+328505082	+51430805	+244269000	+306569000

Вычисления показателей обеспеченности запасов и затрат источниками их формирования позволяют сделать следующие выводы: в течение анализируемого периода наблюдается постоянный недостаток СОС, причем на каждую последующую отчетную дату он увеличивается. Величина излишка ОИФ поддерживается благодаря привлечению заемных источников. Финансовое положение ООО «СМК» можно охарактеризовать как неустойчивое (предкризисное), которое сопряжено с нарушением платежеспособности, но при этом сохраняется возможность восстановления финансового равновесия за счет привлечения временно свободных источников в оборот.

Устойчивость финансового состояния может быть восстановлена в результате ускорения оборачиваемости капитала в текущих активах, обоснованного снижения величины запасов и затрат, в результате пополнения собственного оборотного капитала.

Наряду с абсолютными показателями финансовую устойчивость предприятия характеризуют так же финансовые коэффициенты. Результаты расчетов финансовых коэффициентов представлены в таблице 2.6.

Таблица 2.6 - Анализ относительных показателей финансовой устойчивости ООО «СМК» за 2015-2017гг.

Показатели	Норматив	01.01.15г.	01.01.16г.	01.01.17г.	01.01.18г.
1	2	3	4	5	6
Км	>0,5	0,17	0,19	0,15	-0,014
Каи	-> 0,5	0,29	0,21	0,17	-0,015
Коз	>0,6-0,8	0,71	0,49	0,26	-0,028
Ко	>0,1	0,3	0,21	0,17	-0,015

Отношение собственного капитала к общей его сумме получило название «коэффициент маневренности капитала» (Км). Коэффициент маневренности показывает, какая часть собственных средств находится в мобильной форме, позволяющей относительно свободно маневрировать этими средствами. Коэффициент маневренности не соответствует нормативному значению, что крайне отрицательно характеризует финансовую устойчивость, причем наметилась тенденция к снижению - это отрицательный факт.

Долю собственных оборотных средств в общей сумме основных источников формирования запасов и затрат показывает коэффициент автономии источников формирования запасов и затрат» (Каи).

Наблюдается снижение данного показателя, это отражает тенденцию к увеличению зависимости предприятия от заемных источников финансирования текущей деятельности и оценивается отрицательно.

Достаточность собственных оборотных средств представляет «коэффициент обеспеченности запасов собственными источниками» (Коз). Наблюдается несоответствие этого показателя нормативному значению, кроме показателя на 01.01.15г., когда он соответствует рекомендуемому ограничению. Это несоответствие объясняется острой нехваткой собственных оборотных средств, так что ни о какой их достаточности говорить не приходится.

Методическими положениями по оценке финансового положения предприятия и установлению неудовлетворительной структуры баланса, утвержденным распоряжением Федерального управления по делам о несостоятельности №31-РОТ 12.08.94г., определяется «коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами» (Ко), показывающий долю СОС в общей сумме оборотных активов. Выполнение норматива Ко на 01.01.15г., на 01.01.16г., на 01.01.17г. указывало на наличие у предприятия необходимой суммы СОС для покрытия оборотных активов. Невыполнение норматива ш 01.01.18г. указывает на отсутствие у предприятия необходимой суммы СОС для покрытия оборотных активов. Таким образом установили, что к концу анализируемого периода ни один из показателей не соответствует рекомендуемым ж обязательным ограничениям. Все это позволяет говорить о неустойчивом финансовом состоянии.

Проведем анализ ликвидности баланса ООО «СМК» за 2015-2017г. Ликвидность баланса - степень покрытия долговых обязательств предприятия его активами, срок превращения которых в денежную наличность соответствует сроку погашения платежных обязательств.

Анализ ликвидности баланса заключается в сравнении средств, сгруппированных по степени убывающей ликвидности, с их источниками, которые группируются по степени срочности погашения. Результаты расчетов показателе ликвидности представлены в таблице 2.7.

Таблица 2.7 - Анализ ликвидности баланса ООО «СМК»
за 2015-2017гг., (руб.)

Актив	Абсолютная величина				Пассив	Абсолютная величина			
	01.01.15г.	01.01.16г.	01.01.17г.	01.01.18г.		01.01.15г.	01.01.16г.	01.01.17г.	01.01.18г.
1	3475293	3745521	16336000	6531000	1	390014580	693732580	465764000	517627000
2	305000570	474979908	205783000	263639000	2	239493	12161150	130446000	14714
3	233783580	387338970	500475000	360529000	3	0	0	0	0
4	803357187	780229324	7554000	725634000	4	970461976	9681393361	888246000	71509400

Результаты расчетов платежного недостатка (излишка) представлены в таблице 2.8.

Таблица 2.8 - Анализ платежного недостатка (излишка) ООО «СМК»
за 2015-2018гг., (руб.)

	Недостаток(-), излишек(+)			
	01.01.15г.	01.01.16г.	01.01.17г.	01.01.18г.
A1-П1	-386539287	-689987059	-449428000	-511096000
A2-П2	+304761077	+462818758	+75337000	+1164930
A3-П3	+233783580	+387338970	+500475000	+360529000
П4-А4	+167104789	+187910012	+132292000	-10540000

Ликвидность баланса отличается от абсолютной, так как не соблюдается условие текущей ликвидности предприятия ($A1 > П1$). Это говорит о его неплатежеспособности на данный момент и в ближайший период времени. Это условие не соблюдается на всем протяжении анализируемого периода как в 2015г., так и в 2016г. и в 2017г. Это свидетельствует о том, что в случае возникновения необходимости предприятие не сможет покрыть наиболее срочные обязательства за счет наиболее ликвидных средств. Негативным моментом также является невыполнение четвертого неравенства ($П4 > А4$) на 01.01.18г., что свидетельствует об отсутствии у предприятия на эту дату собственных оборотных средств.

Проведенный анализ является приближенным, для более точной оценки платежеспособности предприятия используют три относительных показателя, различающиеся набором ликвидных активов, рассматриваемых в качестве покрытия краткосрочных обязательств: коэффициент абсолютной ликвидности (Кал), коэффициент критической ликвидности (Ккл), коэффициент текущей ликвидности

(Ктл). Расчет показателей представлен в таблице 2.9.

Таблица 2.9-Показатели ликвидности ООО «СМК» за 2015-2017гг.

Показатели	Норматив	01.01.15г.	01.01.16г.	01.01.17г.	01.01.18г.
Кал	$> 0,2-0,5$	0,009	0,005	0,026	0,01
Ккл	$1 > K_{кл} > 0,8$	0,78	0,67	0,36	0,4
Ктл	> 2	1,42	1,26	1,22	0,99
Коб.пл.	> 2	3,5	2,4	2,45	2,06

Мгновенную платежеспособность предприятия характеризует Кал, он показывает какую часть краткосрочной задолженности может покрыть предприятие за счет имеющихся высоколиквидных средств. Из таблицы 2.9 видно, что этот показатель за период не соответствует нормативу, причем происходит постоянное уменьшение этого показателя на каждую моментную дату, это все говорит о том, что баланс не является абсолютно ликвидным. Более того Ккл, характеризующий платежеспособность на ближайшее время, также не соответствует нормативу и тоже его динамика характеризуется постоянным уменьшением, то есть денежные средства, высоколиквидные ценные бумаги, краткосрочная дебиторская задолженность не могут покрыть величину всей краткосрочной задолженности. Для повышения уровня критической ликвидности необходимо способствовать росту обеспеченности запасов собственными оборотными средствами, для чего следует увеличивать СОС и обоснованно снижать уровень запасов. Перспективную платежеспособность предприятия характеризует Ктл. Данный коэффициент также не соответствует необходимому нормативу и имеет тенденцию к уменьшению. Для повышения уровня этого коэффициента необходимо пополнять собственный капитал и обоснованно сдерживать рост внеоборотных активов. Только показатель общей платежеспособности больше нормативного значения, что оценивается положительно, то есть предприятие в случае одновременного предоставления требований об уплате со стороны кредиторов сможет рассчитаться имеющимся имуществом, но и этот показатель имеет тревожную тенденцию к уменьшению.

Действующим в РФ порядком установлено, что основанием для принятия решения о несостоятельности предприятия является система критериев для определения не удовлетворительной структуры баланса неплатежеспособные предприятий, утвержденная Федеральным управлением о несостоятельности при Правительстве РФ. К таким критериям относят:

- Коэффициент текущей ликвидности ($K_{тл} > 2$);
- Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами ($K_{о} > 0,1$).

Основанием для признания структуры баланса предприятия неудовлетворительной, а предприятия неплатежеспособным является несоответствие любого из приведенных показателей на конец года минимально рекомендуемым значениям. Как известно на ООО «СМК» на 01.01.2018г. $K_{тл} < 2$, и $K_{о} < 0,1$., то есть структура баланса является неудовлетворительной, а предприятие неплатежеспособным.

Необходимо определить реальную возможность восстановить свою платежеспособность. Для этого нужно рассчитать коэффициент восстановления платежеспособности сроком на 6 месяцев. Коэффициент восстановления платежеспособности на 01.01.2018г. равен 0,44 (рекомендуемое знач.Кв>1), следовательно у предприятия нет реальной возможности восстановить свою платежеспособность в течение первой половины 2018 года.

Проведем анализ финансовых результатов и рентабельности предприятия.

Различные стороны производственной, сбытовой, снабженческой и финансовой деятельности предприятия получают законченную денежную оценку в системе показателей финансовых результатов. Обобщенно наиболее важные показатели финансовой деятельности предприятия представлены в отчете о прибылях и убытках.

Для анализа и оценки уровня и динамики показателей прибыли составляется таблица, в которой используются данные бухгалтерской отчетности организации, из формы №2. Данные отчета о прибылях и убытках представлены в таблице 2.10.

Таблица 2.10 - Анализ отчета о прибылях и убытках ООО «СМК» за 2015- 2017гг.(руб.)

Показатели	2014г.	2015г.	2016г.	2017г.
Выручка	875898297	1123570641	1408523000	852447000
Полная себестоимость	745532850	1069279045	1399929000	944152000
Валовая прибыль	130365447	4291596	8594000	-91705000
Прибыль от продаж	128514902	52041813	4443000	-94911000
Прибыль до налогообложения	118691273	37556664	2781000	-153930000
Чистая прибыль	85070773	22823526	1916000	-153935000

Расчет динамики финансовых показателей и структуры представлен в таблице 2.11.

Таблица 2.11 - Динамика финансовых показателей и структура выручки
ООО «СМК» за 2015-2017гг.(руб.)

Показатели	Абсолютное изменение(%)			Темп роста (%)			В (%) к выручке			
	15г./14г.	16г./15г.	17г./16г.	2015г.	2016г.	2017 г.	14г.	15г.	16г.	17 г.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Выручка	+247672344	+284952359	-556076000	128	125	61	100	100	100	100
Полная себестоимость	+323746195	+330649955	-455777000	143	131	67	85	95	99	111
Валовая прибыль	-760738551	-45697596	-100299000	42	16	-1067	15	5	1	-11
Прибыль от продаж	-76473089	-47598813	-99354000	40	9	-2136	15	5	0,3	-11
Прибыль до налогообложения	-81134609	-34775664	-156711000	32	7	-5535	14	3	0.2	-18
Чистая прибыль	-827877247	-20907526	-155851000	27	8	-8034	10	2	0.1	-18

В течение 2015г. и 2017г. происходит увеличение величины выручки, но это не является следствием увеличения объемов производства и реализации, скорее это следствие роста затрат (себестоимости) из-за инфляции цен на потребляемые ресурсы, рост себестоимости в течение 2015г. и 2016г. составила соответственно 43% и 31%. Рост себестоимости привел к уменьшению величины валовой прибыли в 2015г. - на 58%, в 2016г. - на 84%, так как предприятию невыгодно повышать цену на продукцию, потому что оно может потерять часть рынка сбыта, поэтому не происходит компенсирующий рост себестоимости рост цены на продукцию. Рост затрат предприятия приводит к тому, что показатель чистой прибыли, а также остальных видов прибыли снижаются в течение анализируемого периода. В 2017 предприятие получило значительный убыток в размере 155851000 рублей, что негативным образом сказалось на финансовых результатах за 2017 год, на платежеспособности и ликвидности предприятия. Поэтому предприятие на начало 2018 года не имеет наиболее важного собственного внутреннего источника пополнения оборотного капитала.

Значимость финансовых результатов может быть оценена также по показателям рентабельности, характеризующих эффективность деятельности предприятия. Результаты расчетов показателей доходности представлены в таблице 2.12.

Таблица 2.12 - Показатели доходности ООО «СМК» за 2015-2017гг., (руб.)

Наименование показателя	2015г.	2016г.	2017г.
1	2	3	4
1. Прибыль(+),убыток(-) на рубль актива	+0,014	+0,001	-0,11
2. Прибыль(+),убыток(-) на рубль текущих активов	+0,025	+0,0026	-0,23
3. Прибыль(+),убыток(-) на рубль внеоборотных активов	+0,029	+0,0025	-0,21
4. Прибыль(+),убыток(-) на рубль выручки от реализации	+0,02	+0,001	-0,18
5. Прибыль(+),убыток(-) на рубль собственного капитала	+0,024	+0,002	-0,22
6. Прибыль(+),убыток(-) на рубль заемного капитала	+0,032	+0,003	-0,23

Из таблицы 2.12 видно, что практически все показатели имеют тенденцию к уменьшению, что оценивается отрицательно и означает снижение эффективности деятельности предприятия в анализируемом периоде.

Анализ финансового состояния предприятия позволяет сделать следующие выводы и выявить следующие проблемы:

1. На предприятии за анализируемый период кредиторская задолженность постоянно превышает дебиторскую, причем в почти в 2 раза, что отрицательно характеризует деятельность предприятия, так как это может привести к затруднениям в расчетах с поставщиками.

2. Анализ финансовой устойчивости предприятия позволил выявить острую нехватку собственных оборотных средств, а к началу 2018 года их отрицательное значение, что в сумме с другими факторами позволяет отнести финансовое состояние ООО «СМК» к неустойчивому либо предкризисному финансовому состоянию.

3. Анализ ликвидности выявил, что на предприятии ни один из коэффициентов ликвидности не соответствует нормативам, кроме коэффициента общей платежеспособности. Это говорит об отсутствии мгновенной, перспективной, прогнозной платежеспособности.

4. Расчет коэффициента восстановления платежеспособности позволил установить, что ООО «СМК» не имело возможности восстановить свою платежеспособность в первой половине 2018 года.

5. Анализ финансовых результатов выявил, что показатели прибыли на предприятии имеют тенденцию к уменьшению, а показатели доходности свидетельствуют о неэффективной деятельности предприятия в анализируемом периоде. На конец анализируемого периода предприятие имеет значительную величину

убытка.

Оценив финансовое положение предприятия и его возможности, целесообразно заняться проблемами конкурентоспособности продукции.

2.3 Анализ системы управления конкурентоспособностью продукции ООО «СМК»

В качестве оцениваемой продукции ООО «СМК» в работе будут анализироваться две машины: первая-ТТ-4М (трелесный трактор), вторая-Т-4А (сельскохозяйственный трактор).

Основные конкуренты данной продукции: ОАО «Онежский тракторный завод (ОАО «ОТЗ»)), выпускающий трелесный трактор ТДТ-55; ОАО «Волгоградский тракторный завод (ОАО «Вг.ТЗ»)), выпускающий гусеничный трактор сельхоз назначения ДТ-75; АО «Харьковский тракторный завод (АО «ХТЗ»)), выпускающий гусеничный трактор сельхоз назначения Т-150; ЗАО «Петербургский тракторный завод (ЗАО «ПТЗ»)), выпускающий колесный трактор сельхоз назначения К-700. Среди зарубежных машин-конкурентов в ООО «СМК» рассматривают трелесный трактор на гусеничном ходу D5H производства США и сельскохозяйственный трактор на гусеничном ходу челенджер-65.

Разные авторы трактуют конкурентоспособность по-разному, но смысл один и тот же.

Конкурентоспособность продукции означает, способность продукции отвечать требованиям данного рынка в рассматриваемый период [14, с.8].

Конкурентоспособность товаров представляет собой комплекс потребительских, ценовых и качественных характеристик, которые определяют успех этого товара на внутреннем и внешнем рынках [19, с.278]. 64

Совпадение свойств, характеристик товара и требований потребителя, при котором соблюдаются интересы производителя и потребителя, означающее полное соответствие товара условиям рынка, называется его конкурентоспособностью [22, с.343].

Конкурентоспособность продукции определяется только той совокупностью свойств, которые представляют несомненный интерес для определенной группы покупателей и обеспечивает удовлетворение данной потребности. Прочие характеристики и свойства продукции во внимание не принимаются.

Товар с более высоким уровнем качества может быть менее конкурентоспособен, если его стоимость значительно повысилась за счет придания товару новых свойств, не затребованных группой потребителей, для которых он предназначен. Среди множества факторов, определяющих конкурентоспособность продукции, важное значение имеют расходы на производство, производительность и интенсивность труда, которые оказывают влияние на цену и качество изделий. Интенсивность труда во многом зависит от таких показателей, как продолжительность рабочей недели и рабочего года.

По результатам исследований ООО «СМК» потребителей выпускаемой сельхозтехники основными требованиями к машине являются обеспечение высокой

производительности при наименьшем расходе топлива, а также способность машины вести почвообработку и сев в эшелонированном виде. Требования к трелевочным тракторам практически те же обеспечить высокую производительность при наименьшем расходе топлива.

Для того чтобы оценить уровень конкурентоспособности машин Т-4 А и ТТ-4М нужно рассмотреть их в соотношении «цена-качество» с другими аналогами.

Под качеством будем понимать и рассматривать совокупность технических и эксплуатационных характеристик машин. А под уровнем конкурентоспособности - относительный показатель, дающий относительную характеристику, способности продукции удовлетворять требования конкретного рынка в рассматриваемый период по сравнению с продукцией конкурентов.

При определении уровня конкурентоспособности нами будут частично реализованы методики, предложенные И.М.Лифицем [14] к Р.А.Фатхутдиновым [28], потому что будет рассматриваться влияние эксплуатационно-технических характеристик машин и цены на уровень конкурентоспособности, влияние других факторов не учитывается в силу того, потребители сельхозтехники в большинстве случаев при выборе машин руководствуются низкой ценой, имидж фирмы-производителя, эргономические показатели, эстетические в настоящий момент времени потребителя мало интересуют. Всему причина - кризисное состояние предприятий сельхозпроизводителей и всей отрасли в целом. Машины, которые обеспечивают операторам наибольший комфорт из-за наличия в них встроенных кондиционеров или климат-контроля., очистки воздуха, аудиосистем и компьютерного управления и других дополнительных устройств, стоят очень дорого и это в основном западные образцы. Купить такую технику не под силу большей части фермерских хозяйств России. Но тем не менее сравнение с западными образцами-аналогами нами будет проводиться и анализироваться.

Отечественная техника в настоящий момент времени не будет иметь сбыт на западных рынках даже по минимальной цене только в силу того, что она не соответствует международным стандартам ИСО-9000, а также международному стандарту Евро-4, из-за очень плохих условий труда оператора и большого загрязнения атмосферу.

Определим уровень конкурентоспособности трелевочной машины, выпускаемой ООО «СМК» ТТ-4М по сравнению с основным конкурентом аналогом на российском рынке машиной ТДТ-55А, выпускаемой ОАО «Онежский тракторный завод (ОАО «ОТЗ»)), а также с зарубежным аналогом производства США машиной D5H.

Технические характеристики тракторов и цены на них представлены в таблице 2.13.

Таблица 2.13 - Эксплуатационно-технические характеристики трелевочных тракторов.

Наименование показателя	Марка. завод		
	ТТ-4М, ООО «СМК»	ТДТ-55А, ОАО «ОТЗ»	D5H. США
Эксплуатационная мощность дизеля,(л.с.)	130	95	120
Удельный расход топлива, г/кВт*ч	227	227	225
Наибольшее из средних условных давлений гусениц на грунт.кПа	38.668	44	53,743
Максимальная грузоподъемность погрузочного устройства	7000	4200	6800
Максимальная масса трелеваемого пакета.кг	15000	8200	13700
90% ресурс до первого капитального ремонта,мото-час	6000	4200	5400
Максимальное тяговое усилие лебедки,кН	122,3	76,5	119.3
Цена машины на кон.2017 года,руб	909510	792700	2688000

Определим конкурентоспособность машины ТТ-4М, используя относительный показатель качества, который представляет собой отношение абсолютного показателя оцениваемого образца продукции к абсолютному показателю аналога. Результаты расчетов представлены в таблице 2.14.

Таблица 2.14 - Относительные показатели качества трелевочных машин

Наименование показателя	ТТ-4М/ТДТ-55А	ТТ-4М/D5H
1	2	3
Эксплуатационная мощность дизеля,(л.с.)	+1,36	+1,08
Удельный расход топлива, г/кВт*ч	1	-1,01
Наибольшее из средних условных давлений гусениц на грунт,кПа	+0,88	+0,72
Максимальная грузоподъемность погрузочного устройства. Кг	+ 1.66	+1,03
Максимальная масса трелеваемого пакета, кг	+1,83	+1,09
90% ресурс до первого капитального ремонта, мото-час	+1,43	+1,11
Максимальное тяговое усилие лебедки, кН	+1,6	+1.03

Значения со знаком «+» - оцениваемый образец лучше базового по рассматриваемому показателю, со знаком « - » - оцениваемый образец хуже базового по рассматриваемому показателю.

При анализе относительных показателей качества выявили, что оцениваемая продукция, в частности машина ТТ-4М (ООО «СМК») более конкурентоспособна. Но расчета просто относительных показателей качества недостаточно для того чтобы установить уровень конкурентоспособности и затем определить соответствующую цену на продукцию.

В данном случае необходимо прибегнуть к расчету комплексного обобщенного показателя качества товара. Так как невозможно определить главный показатель и установить его функциональную зависимость от единичных показателей качества, то определяются средние взвешенные показатели.

При определении значений средних взвешенных показателей будем пользоваться методикой, предложенной И.М.Лифицем [14]. Для каждого единичного показателя определим коэффициент весомости и проведем оценку каждого показателя по десяти бальной системе. Определение коэффициента весомости и нахождение оценки эксплуатационно-технических характеристик проводится на основе опроса экспертов. Оценка эксплуатационно-технических характеристик отечественных машин проводится относительно эксплуатационно-технических характеристик зарубежных аналогов, то есть D5H (США) - трелевочная машина и сельскохозяйственный трактор Челленджер-65 (США). 68

Нами был опрошено 5 экспертов. Результаты опроса относительно коэффициентов весомости представлены в Приложении 10. Результаты опроса относительно оценки эксплуатационно-технических характеристик каждой машины представлены в Приложении 11. При рассмотрении данных опроса определили, что нет необходимости в расчете коэффициента согласованности мнений экспертов, так как визуально можно определить (см. Приложение 10), что практически по всем показателям мнения экспертов совпадают с отклонением в 1 и редко в 2 балла.

Результаты расчетов обобщенного показателя качества трелевочных машин представлены в таблице 2.15.

Таблица 2.15 - Обобщенные показатели качества машин

Наименование показателя	Коэфф. весомости	Значение оценки (баллы)			Значение взвешенных оценок		
		ТТ-4М, ООО «СМК»	ТДТ-55А, ОАО«ОТЗ»	D5H, США	ТТ-4М, ООО «СМК»	ТДТ-55А, ОАО«ОТЗ»	D5H, США
Эксплуатационная мощность дизеля,(л.с.)	0,14	8	5,4	6,8	1,12	0,76	0,95
Удельный расход топлива, г/кВт*ч	0,21	7,4	7,4	8,6	1,55	1,55	1,81

Продолжение таблицы 2.15

Наименование показателя	Коэфф. весомости	Значение оценки ,(баллы)			Значение взвешенных оценок		
		ТТ-4М, ООО «СМК»	ТДТ-55А, ОАО«ОТЗ»	D5H, США	ТТ-4М, ООО «СМК»	ТДТ-55А, ОАО«ОТЗ»	D5H, США
Наибольшее из средних условных давлений гусениц на грунт,кПа	0,06	8,8	6,2	5,6	0,44	0,31	0,28
Максимальная грузоподъемность погрузочного устройства, кг	0,21	8,8	4,8	7,6	1,85	1	1,6
Максимальная масса трелеваемого пакета,кг	0,21	7,8	4,2	5,4	1,64	0,88	1,13
90% ресурс до первого капитального ремонта,мото-час	0,12	7	5	5,2	0,84	0,6	0,62
Максимальное тяговое усилие лебедки,кН	0,05	7,6	4,4	5,6	0,38	0,22	0,28
Обобщенный показатель качества	-	-	-	-	7,82	5,32	6,67

Определив обобщенный показатель качества по каждой машине (см. таблицу 2.15), можно определить уровень конкурентоспособности трактора ТТ-4М относительно конкурентов-аналогов с помощью отношения обобщенного показателя качества оцениваемого образца к обобщенному показателю качества базового образца. Результаты расчетов уровня конкурентоспособности ТТ-4М по сравнению с ТДТ-55А и D5H приведены в таблице 2.16.

Таблица 2.16 - Уровень конкурентоспособности ТТ-4М по сравнению с ТДТ-55А и D5H.

Показатели/машина	ТТ-4М	ТДТ-55А	D5H
Обобщенный показатель качества	7,82	5,32	6,67
Уровень конкурентоспособности ТТ-4М/ТДТ- 55А	1,47	-	-
Уровень конкурентоспособности ТТ-4М/D5H	1,17	-	-

По уровню конкурентоспособности на базе технических характеристик ТТ-4М превзошел ТДТ-55А в 1,47 раза, а D5H-I в 1,17 раза. Соответственно при определении цены возможно воспользоваться этими данными. Цены на машины с учетом уровня конкурентоспособности представлены в таблице 2.17.

Таблица 2.17 - Цены на тракторы с учетом уровня конкурентоспособности.

Марка	Цена на кон. 2017г., руб.	Цена с учетом уровня конкурентоспособности по сравнению с ТДТ-55А, р\б.	Цена с учетом уровня конкурентоспособности по сравнению с D5H, руб.
ТТ-4М	909510	1165269	3144960
ТДТ-55А	792700	792700	-
D5H	2688000	-	2688000

Однако в силу того, что потребители не могут себе позволить покупку тракторов по цене с учетом уровня конкурентоспособности из-за низкой

кредитоспособности и платежеспособности, то в настоящее время подход к ценообразованию с учетом уровня конкурентоспособности на основе технических характеристик приходится считать не эффективным. Возможно поэтому на предприятии ООО «СМК» используется затратный подход к ценообразованию с применением уровня рентабельности продукции 10%.

Взяв во внимание конкурентоспособность продукции - как способность быть проданной в данный момент времени, необходимо определить уровень

конкурентоспособности на основе оценки эксплуатационно-технических характеристик машин и их цены. Используя снова экспертный метод определения уровня конкурентоспособности провели опрос специалистов. Экспертам сначала было предложено проставить количественно, от 0 до 1, важность каждого фактора с целью определения коэффициента весомости (см. Приложение 12). Затем было предложено оценить по десяти бальной системе факторы конкурентоспособности (см. Приложение 13).

Результаты расчетов обобщенных показателей качества трелевочных машин представлены в таблице 2.18.

Таблица 2.18 - Обобщенные показатели качества трелевочных машин

Факторы конкурентоспособности	Коэффициенты весомости	Значение оценки, (баллы)			Значение взвешенных оценок		
		ТТ-4М	ТДТ-55А	D5H	ТТ-4М	ТДТ-55А	D5H
Эксплуатационно-технические характеристики	0,22	8,4	4,4	7	1,85	0,97	1,54
Цена	0,78	5,2	8,4	2,2	4,1	6,6	1,7
Обобщенный показатель качества	-	-	-	-	5,95	7,57	3,24

Определив обобщенный показатель качества, определим уровень конкурентоспособности ТТ-4М по сравнению с ТДТ-55А и D5H. Результаты расчетов уровней конкурентоспособности ТТ-4М по сравнению с аналогами представлены в таблице 2.19.

Таблица 2.19 - Уровень конкурентоспособности ТТ-4М по сравнению с аналогами на основе эксплуатационно-технических характеристик и цены

	ТТ-4М	ТДТ-55А	D5H
Обобщенный показатель качества	5,95	7,57	3,24
Уровень конкурентоспособности ТТ-4М по сравнению с ТДТ-55А	0,78	-	-
Уровень конкурентоспособности ТТ-4М по сравнению с D5H	1,8	-	-

По уровню конкурентоспособности ТТ-4М не превзошел ТДТ-55А и составил 0,78 от обобщенного показателя качества ТДТ-55А, ТТ-4М составил 1,8 от обобщенного показателя качества D5H.

При анализе конкурентоспособности необходимо рассмотреть влияние изменения цен на долю рынка трелевочных тракторов за 2015-2017гг. Данные о долях рынка и цен представлены в таблице 2.20. Изменение доли рынка более наглядно проиллюстрировано в Приложении 18, где сектора означают долю отечественного рынка каждого российского производителя трелевочных тракторов.

Таблица 2.20 - Влияние цены на долю рынка продукции заводов, выпускающих трелевочные тракторы в течение 2015-2017гг.

Завод, марка трактора	2015 год			2016 год			2017 год		
	Реализация тракторов, шт.	Доля рынка, %	Цена руб.	Реализация тракторов, шт.	Доля рынка, %	Цена, руб.	Реализация тракторов, шт.	Доля рынка, %	Цена, руб.
ТТ-4М, ООО «СМК»	1115	49	625630	941	59	69414	438	45	909510
ТДТ-55А, ОАО «ОТЗ»	1169	51	544500	645	41	725000	536	55	792700
ИТОГО	2284	100		1586	100		974	100	

Потребитель очень восприимчив к изменению цен на продукцию и чем ниже цена тем большую долю занимает одна из машин (см. Таблицу 2.20). Выявилась тенденция к уменьшению производства и реализации трелевочных

тракторов. Это можно воспринимать по-разному: с одной стороны, отрицательно - если тенденций будет иметь продолжение, с другой, положительно - если предприятие добьется снижения себестоимости, это позволит снизить цену, что возможно приведет к увеличению реализации и увеличению доли рынка.

На основе рассчитанных уровней конкурентоспособности и соответствующих им цен, а также анализа доли-рынка и изменения цен на технику можно сделать вывод о том, что потребитель в настоящее время руководствуется при покупке в основном низкой ценой, а не лучшими эксплуатационно-техническими характеристиками машин. Поэтому, для того чтобы обеспечить высокий уровень конкурентоспособности машине ТТ-4М необходимо снижать цену путем экономии на затратах. Для определения возможности снижения себестоимости необходимо проанализировать калькуляцию ТТ-4М. Данные калькуляции представлены в таблице 2.21.

Таблица 2.21 - Калькуляция на трактор ТТ-4М на конец 2017 года

Наименование статей	2017 год		
	План, руб.	Факт, руб.	Отклонение факта от плана
1. Материалы основные	132000	130080	-1920
2. Материалы технологические	17552	17025	-527
3. Покупные комплектующие изделия	217542	234068	+16526
4. Топливо, энергия для технологических целей	38198	28920	-9278
5. Транспортно-заготовительные расходы	44111	42347	-1764
6. Возвратные отходы	1980	1896	-84
Итого материальных затрат	447423	450544	+3121
7. Основная и дополнительная з/нл.	42130	56933	+14803
8. Отчисления на соц. страх, и в фонд занятости	17695	20405	+2710
9. Возмещение износа инструмента	0	29	+29
10. Расходы на содерж. и эксплуатац. обо-	159363	115957	-43406
11. Подготовка и освоение производства	6375	6415	+40
12. Общезаводские расходы	142133	135026	-7107
13. Потери от брака	9537	12239	+2702
14. Внепроизводственные расходы	4839	4347	-492
15. Полная себестоимость	829495	801895	-27600

Фактическая себестоимость в 2017 году на 27600 рубля меньше плановой, но тем не менее предприятие может найти резервы снижения себестоимости путем экономии на заработной плате, а также сокращения потерь от брака и поиска более выгодных поставщиков комплектующих изделий. И все же предприятие не сможет снизить цену на машину ТТ-4М до уровня онежского аналога машины ТДТ-55А, но возможно позволит на небольшую величину увеличить долю рынка, возможно до половины всего рынка.

Определение уровня конкурентоспособности сельскохозяйственных машин аналогично определению уровня конкурентоспособности трелевочных машин.

Определим уровень конкурентоспособности сельскохозяйственной машины, выпускаемой ООО «СМК» - Т-4А по сравнению с основным конкурентом на российском рынке машиной ДТ-75, выпускаемой ОАО «Волгоградский тракторный завод» и колесным трактором производства ЗАО «Петербургский тракторный завод (ЗАО «ПТЗ») - К-700А, а также с зарубежным сельхозтрактором Челленджер-65 производства США.

Технические характеристики тракторов и цены на них представлены в таблице 2.22.

Таблица 2.22 - Эксплуатационно-технические характеристики тракторов и цены на них на конец 2017 года.

Наименование показателя	Марка, завод			
	Т-4А, ООО «СМК»	ДТ-75, ОАО «Вг.ТЗ»	К-700А, ЗАО «ПТЗ»	Челленджер-65, США
Эксплуатационная мощность дизеля, (л.с.)	130	95	300	243
Удельный расход топлива дизеля, г/кВт*ч	235	171	540	435
Среднее удельное давление на почву, кПа	41	48	58	38
Производительность на плотной поч- ве(чизельный плуг) при заглублении 23 см., га/ч	1,07	0,98	1,95	2,66
Производительность на обработанной поч- ве(культиватор) при заглублении 10 см., га/ч	3,97	3,6	7,97	12,31
90% ресурс до капитального ремонта, мото-час	6000	4400	13800	11000
Цена машины на кон.2002 года, руб.	726000	535000	1590000	29822000

Определим конкурентоспособность машины Т-4А, используя относительный показатель качества. Результаты расчетов представлены в таблице 2.23

Таблица 2.23 - Относительные показатели качества сельхозмашин.

Наименование показателя	Т-4А/ДТ-75	Т-4А/К-700А	Т-4А/Челленджер-65
1	2	3	4
Эксплуатационная мощность дизеля, (л.с.)	+1,37	-0,43	-0,53
Удельный расход топлива дизеля, г/кВт*ч	-1,37	+0,43	+0,54
Среднее удельное давление на почву, кПа	+0,85	+0,7	-1,07
Производительность на плотной почве(чизельный плуг) при заглублении 23 см., га/ч	+1,09	-0,55	-0,4
Производительность на обработанной почве(культиватор) при заглублении 10 см., га/ч	+1,1	-0,5	-0,32
90% ресурс до капитального ремонта, мото-час	+ 1,36	-0,43	-0,55

Значения со знаком «+» - оцениваемый образец лучше базового по рассматриваемому показателю, со знаком « - » - оцениваемый образец хуже базового по рассматриваемому показателю.

В данном случае по рассчитанным относительным показателям качества невозможно судить об уровне конкурентоспособности машины Т-4А по сравнению с другими и тем более установить соответствующую цену. Поэтому, как в случае с трелевочной машиной ТТ-4М, нужно рассчитать комплексный обобщенный показатель качества товара, используя тот же метод определения средневзвешенных показателей.

Результаты расчетов коэффициентов весомо эксплуатационно-технических характеристик на основе опроса экспертов представлены в Приложении 10. Результаты оценки Эксплуатационно-технических характеристик каждой машины на основе опроса экспертов представлены в Приложении 14.

Результаты расчетов обобщенных показателей качества представлены в таблице 2.24.

Таблица 2.24 - Обобщенные показатели качества рассматриваемых сельхозтракторов.

Наименование показателя	Коэфф. весом	Значение оценки (баллы)				Значение взвешенных оценок			
		Т-4А	ДТ-75	К-700А	Челленджер-65	Т-4А	ДТ-75	К-700А	Чел-ле.нд-жср-65
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Эксплуатационная мощность дизеля,	0,08	4,6	3,2	9	7,8	0,37	0,26	0,72	0,62
Удельный расход топлива дизеля, г/кВт*ч	0,19	7	8,6	2	3,2	1,33	1,63	0,38	0,61
90% ресурс до капитального ремонта, мото-час	0,15	5	3,2	9	7,2	0,75	0,48	1,35	1,08
Обобщенный показатель качества	-	-	-	-	-	5,37	4,37	5,66	7,45

Определив обобщенный показатель качества по каждой машине (см. Таблицу 2.24), можно определить уровень конкурентоспособности трактора Т-4А относительно конкурентов с помощью отношения обобщенного показателя качества оцениваемого образца к обобщенному показателю качества базового образца.

Результаты расчетов уровня конкурентоспособности Т-4А по сравнению с другими машинами приведены в таблице 2.25.

Таблица 2.25 - Уровень конкурентоспособности Т-4А по сравнению с другими машинами.

Показатель/марка	Т-4М, ООО «СМК»	ДТ-75, ООО «СМК» «Вг.ТЗ»	К-700А, ЗАО «ПТЗ»	Челленджер-65, США
Обобщенный показатель качества	5,37	4,37	5,66	7,45
Уровень конкурентоспособности Т-4 А по сравнению с ДТ-75	1,23	-	-	-
Уровень конкурентоспособности Т-4А по сравнению с К-700А	0,95	-	-	-
Уровень конкурентоспособности Т-4А по сравнению с Челленджер-65	0,72	-	-	-

По уровню конкурентоспособности Т-4 А составил 1,23 от обобщенного показателя качества ДТ-75, 0,95 от обобщенного показателя качества К-700А, 0,72 от обобщенного показателя качества Челленджер-65.

Соответственно, при определении цены возможно воспользоваться этими данными, чтобы обеспечить наиболее конкурентоспособное положение на рынке. Цены на машины с учетом уровня конкурентоспособности представлены в таблице 2.26.

Таблица 2.26 - Цена на трактор Т-4А с учетом уровня конкурентоспособности.

Марка	Цена на кон.2017г., руб.	Цена с учетом уровня конкурентоспособности Т-4А по сравнению с ДТ-75, руб.	Цена с учетом уровня конкурентоспособности Т-4А по сравнению с К-700А, руб.	Цена с учетом уровня конкурентоспособности Т-4А по сравнению с Челленджер-65, руб.
Т-4А	726000	658050	1510500	21471840
ДТ-75	535000	535000	-	-
К-700А	1590000	-	1590000	-
Челленджер-65	29822000	-	-	29822000

Однако подход к ценообразованию на основе уровня конкурентоспособности в настоящее время нереален и неэффективен, так как потребители покупают более дешевую технику все по тем же причинам как и в случае с трелевочной техникой: из-за низкого уровня кредитоспособности и платежеспособности. Поэтому предприятия используют затратный метод ценообразования с применением уровня рентабельности 10%.

Аналогичным образом, как в случае с трелевочной техникой, определим уровень конкурентоспособности сельхозмашин на основе оценки экспертным путем эксплуатационно-технических характеристик машин и их цены. Результаты расчетов коэффициентов весомости представлены в Приложении 12. Результаты экспертной оценки факторов конкурентоспособности пахотной техники представлены в Приложении 15. Результаты расчетов обобщенного показателя качества сельхозмашин представлены в таблице 2.27.

Таблица 2.27 - Обобщенные показатели качества сельхозмашин

Факторы конкурентоспособности	Коэффициенты весомости	Значение оценки, (баллы)				Значение взвешенных оценок			
		Т-4 А	ДТ-7 5	К-700 А	Челленджер-65	А	ДТ-7 5	К-700 А	Челленджер-65
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Эксплуатационно-технические характе-	0,22	5,4	4	7	8,6	1,2	0,9	1,5	1,9
Цена	0,78	7,2		4,6	1,6	5,6	6,9	3,6	1,2
Обобщенные показатели качества	-	-	-	-		6,8	7,8	5,1	3,1

Определив обобщенные показатели качества на основе эксплуатационно-технических характеристик и цены, определим уровень конкурентоспособности Т-4А по сравнению с аналогами. Результаты расчетов уровня конкурентоспособности Т-4А по сравнению с аналогами представлены в таблице 2.28.

Таблица 2.28-Уровень конкурентоспособности Т-4А по сравнению с аналогами на основе эксплуатационно-технических характеристик и цены

	Т-4 А	ДТ-75	К-700А	Челленджер-65
Обобщенные показатели качества	6,8	7,8	5,1	3,1
Уровень конкурентоспособности Т-4А по сравнению с ДТ-75	0,87	-	-	-
Уровень конкурентоспособности Т-4А по сравнению с К-700А	1,33	-	-	-
Уровень конкурентоспособности Т-4А по сравнению с Челленджер-65	2,2	-	-	-

По уровню конкурентоспособности Т-4А уступил ДТ-75 (обобщенный показатель качества Т-4А составил 0,87 от обобщенного показателя качества ДТ-75). Т-4А составил 1,33 от обобщенного показателя качества К-700А, 2,2 от обобщенного показателя качества Челленджер-65.

Основная часть потребителей выбирает более дешевую технику, этому свидетельством может выступать доли рынка продукции заводов, выпускающих тракторы сельхозназначения в соответствии с ценами на продукцию и объемами производства, где наибольшую долю занимает машина, выпускаемая ОАО «Вг.ТЗ» ДТ-75 (см. Таблицу 2.29). Более наглядно доли рынка производителей пахотных сельхозтракторов проиллюстрированы в Приложении 19.

Таблица 2.29 - Доли рынка продукции заводов, выпускающих сельскохозяйственные тракторы, цепи на машины и объем производства за 2015-2017г.

Завод, марка трактора	2015 год			2016 год			2017 год		
	Реализация тракторов, шт.	Доля рынка, %	Цена, руб.	Реализация тракторов, шт.	Доля рынка, %	Цена, руб.	Реализация тракторов, шт.	Доля рынка, %	Цена, руб.
Т-4Д. ООО «СМК»	814	12	487530	1218	21	640200	669	17	726000
ДТ-75.ОАО «Вг.ТЗ»	4866	75	348390	2514	41	338000	2252	56	535000
Т-150,АО «ХТЗ»	31	0	108270	1371	22	647442	576	14	732182
К-700А. ЗАО «ПТЗ»	821	13	1192000	948	16	1500000	535	13	1590000
итого	6532	100		6114	100		4032	100	

Существует также тенденция к уменьшению объемов производства всей сельхозтехники при повышающейся цене на нее. Для того чтобы обеспечить свою продукцию более высоким уровнем конкурентоспособности, в настоящее время необходимо стремиться к снижению затрат и их экономии с тем, чтобы сделать продукцию более доступной потребителю.

Настораживающим моментом для отечественных производителей пахотных тракторов, как отмечал Г.Хорошилов (зам.руководителя департамента экономики машиностроения Минэкономки РФ) еще в 1998 году, является завоевание рынка универсальных колесных тракторов класса 1,4 и класса 3 зарубежными аналогами фирм «Джон Дир»(США), «Класс»(Германия), «Вестерн»(Канада). Продается эта очень дорогая техника под поставку зерна или иной сельхозпродукции с отсрочкой на два года. Наша отечественная техника уступает зарубежным аналогам из-за недостаточного ресурса и неэкономичности, несоответствия требованиям международных стандартов труда операторов и воздействию на окружающую среду, низкого технического уровня комплектующих изделий (гидравлики, цепей, клиновых ремней, электро и электронных блоков). Главной целью, считает Хорошилов, является повышение технического уровня, экономичности, надежности и качества тракторов на основе новых конструкторских решений, применения прогрессивных материалов и комплектующих изделий, ресурсосберегающих технологий с учетом природно- климатических условий регионов [29, с. 17].

Чтобы определить возможности снижения цены на Т-4А, нужно найти возможности снижения себестоимости на единицу, для чего проанализируем калькуляцию Т-4 А и попытаемся найти возможности снижения себестоимости. Калькуляция себестоимости Т-4А представлена в таблице 2.30.

Таблица 2.30 - Калькуляция на трактор Т-4А да конец 2017 года

Наименование статей	2017 год		
	План, руб.	Факт, руб.	Отклонение факта от плана
1. Материалы основные	80711	75233	-5478
2. Материалы технологические	10325	9983	-342
3. Покупные комплектующие изделия	157099	197654	+40555
4. Топливо, энергия для технологических целей	29850	25878	-3972
5. Транспортно-заготовительные расходы	24327	9876	-4451
6. Возвратные отходы	1090	1235	+145
Итого материальных затрат	297560	327389	+29829
7. Основная и дополнительная з/пл.	9344	24687	+15343
8. Отчисления на соц. страх, и в фонд занятости	3924	12234	+8310
9. Возмещение износа инструмента	0	45	+45
10. Расходы на содерж.. и эксплуатац. обо-	107422	169975	+62553
11. Подготовка и освоение производства	3252	2495	-757
12. Общезаводские расходы	88345	99713	+11368
13. Потери от брака	3643	4122	+479
14. Внепроизводственные расходы	2897	3145	+248
15. Полная себестоимость	549805	643805	+94000

Фактическая себестоимость в 2017 году превзошла плановую на 94000 рублей, поэтому при более эффективном учете и контроле затрат предприятие имеет возможность снизить себестоимость за счет экономии затрат на заработную плату, расходов на содержание и эксплуатацию оборудования, сокращения потерь от брака, экономии на общезаводских расходах, поиска наиболее выгодных поставщиков комплектующих изделий, повышения эффективности логистической деятельности. Воспользовавшись этим, предприятие сможет снизить цену на машину Т-4А, хотя не достигнув уровня цены ДТ-75, и в некоторой степени увеличить уровень конкурентоспособности данной машины, увеличить долю рынка сбыта Т-4А. Определив тенденции ООО «СМК» в области производственно-хозяйственной, финансовой деятельности, считаем целесообразно перейти к разработке и предложению мероприятий направленных на повышение уровня конкурентоспособности продукции ООО «СМК» в частности ТТ-4М и Т-4А.

3 МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ ПРОДУКЦИИ ООО «СМК»

В ходе анализа конкурентоспособности сельскохозяйственной машины Т-4А и лесотрелевочной машины ТТ-4М (см. параграф 23), нами установлено, что основным фактором, влияющим на конкурентоспособность этих машин, в настоящий момент времени является цена на тракторы. Свидетельством этому в нашей работе выступают доли рынка, занимаемые машинами разных производителей. Поэтому мероприятия, разрабатываемые и внедряемые на предприятии для повышения конкурентоспособности, должны основываться в настоящее время на снижении цены на собственную продукцию.

Снижение цены в данный момент целесообразно проводить путем экономии на затратах, по крайней мере путем достижения соответствия фактических затрат плановым, тем самым снижая себестоимость продукции либо уменьшать норму рентабельности продукции в ущерб прибыли либо использовать эти два направления по возможности в сочетании.

Придерживаясь первого направления снижения цены: экономия на затратах, соответствие фактических затрат плановым, необходимо введение жесткого учета и контроля затрат на производство базовых моделей техники и их модификаций, а также учет и контроль общезаводских расходов.

Для более жесткого учета и контроля над затратами считаем необходимым создание службы контроля и учета затрат, ориентированной на оперативный сбор и обработку информации о текущих затратах, представление данных об экономии или перерасходе средств начальникам цехов и высшему руководству для принятия эффективных управленческих решений в области снижения затрат.

В оргструктуре служба контроля и учета затрат, по нашему мнению, должна находиться в блоке управления экономикой и финансами и находиться в подчинении у заместителя директора по экономике и финансам - начальника ПЭО (см. Приложение 1). В состав службы должны входить начальник службы контроля и учета затрат, учетчик затрат по ТТ-4М и модификациям, учетчик затрат по Т-4А и модификациям, при наличии новых моделей техники состав службы должен пополняться учетчиками затрат по новым моделям, учетчик затрат, связанных с общезаводскими расходами и потерями от брака. Структура службы контроля и учета затрат представлена на рисунке 3.1.



Рисунок 3.1- Структура службы контроля и учета затрат.

Рисунок 3.1 Оргструктура службы контроля и учета затрат. Значение данной службы в том, что ежедневно информация от служб материально-технического снабжения и производственных подразделений передается сотрудникам службы контроля и учета затрат, ими она сверяется на соответствие затрат и систематизируется. Затем сотрудники в зависимости от своей направленности учета делают выводы об экономии или перерасходе средств по сравнению с планом в зависимости от выпуска продукции. Экономия средств должна значительно поощряться адресно, то есть поощрение экономии средств должно иметь индивидуальный подход.

Создание службы должно иметь определенную эффективность. Поэтому необходимо количественно оценить эффективность создания службы контроля и учета затрат. Эффективность будем находить как разницу между возможной экономией на затратах и затратами, вызывающими эту экономию. Возможная экономия затрат на производство машин будет складываться из статей затрат, по которым происходит перевыполнение плана за год. Затраты, вызывающие экономию средств, будут представлять фонд заработной платы всей службы контроля и учета затрат за год. Предположим, что среднемесячная заработная плата сотрудника службы будет составлять на данный момент времени 3000 рублей, среднемесячная заработная плата начальника службы 5000 рублей. Зная эти данные, можно определить фонд оплаты труда сотрудников службы контроля и учета затрат. Результаты расчетов фонда оплаты труда сотрудников службы представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1-Фонд оплаты труда сотрудников службы контроля и учета затрат за год

Должность	Среднемесячная заработная плата, (руб).	Зарботная плата за год,(руб)
Учетчик затрат по ТТ-4М и модификациям	3000	36000
Учетчик затрат по Т-4 А и модификациям	3000	36000
Учетчик затрат на производство новых образцов техники	3000	36000
Учетчик общезаводских расходов и потерь от брака	3000	36000
Начальник службы контроля и учета затрат	5000	60000
Фонд оплаты труда	17000	204000
Отчисление на соц.страх, и в фонд занятости	7480	89760
ИТОГО	24480	293760

Определив затраты, вызывающие экономию затрат на производство машин, определим возможную экономию средств, основываясь на данных калькуляций ТТ-4М и Т-4А на конец 2002 года (см. параграф 2.3). Результаты расчетов возможной экономии средств при производстве ТТ-4М представлены в таблице 3.2, где отражены калькуляционные статьи затрат по которым произошло перевыполнение плана.

Таблица 3.2-Возможная экономия затрат на производство машины ТТ-4М

Статьи затрат калькуляции, по которым произошло перевыполнение плана.	План,(руб)	Факт,(руб)	Возможная экономия на одну штуку,(руб)	Возможная экономия на выпуск,(438 шт.),(руб)
Покупные комплектующие изделия	217542	234068	16526	7238388
Основная дополнительная заработная плата	42130	56933	14803	6483714
Отчисления на социальное страхование и в фонд занятости	17695	20405	2710	1186980
Возмещение износа инструмента	0	29	29	12702
Потери от брака	9537	12239	2702	1183476
Итого	-	-	36770	16105260

Результаты расчетов возможной экономии средств при производстве Т-4А представлены в таблице 3.3.

Таблица 3.3- Возможная экономия затрат на производство машины Т-4А.

Статьи затрат калькуляции, по которым произошло перевыполнение плана.	План,(руб)	Факт,(руб)	Возможная экономия на одну штуку,(руб)	Возможная экономии на выпуск,(669
Покупные комплектующие изделия	157099	197654	40555	27131295
Основная дополнительная заработная плата	9344	24687	15343	102644467
Отчисления на социальное страхование и в фонд занятости	3924	12234	8310	5559390
Возмещение износа инструмента	0	45	45	30105
Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	107422	169975	62553	41847957
Общезаводские расходы	88345	99713	11368	7605192
Потери от брака	3643	4122	479	320451
Внепроизводственные расходы	2897	3145	248	165912
Итого	-	-	138901	92924769

При производстве ТТ-4М и Т-4А, по результатам расчетов, можно определить общую сумму возможной экономии средств, вследствие достижения соответствия фактических затрат плановым. Эта сумма будет равна: $16105260+92924769=109030029$ рублей. Конечно, в течение года не удастся сэкономить всю эту сумму в силу экономических причин, например, инфляции, но тем не менее большую часть средств, при более жестком и эффективном контроле затрат, можно будет не расходовать.

Определим эффективность от создания службы контроля и учета затрат: $109030029-293760=108736269$ рублей, то есть предприятие имея более жесткую систему учета и контроля над затратами, неся небольшие затраты, вызывающие экономию средств, могло сберечь и более эффективно распорядиться более 100 миллионами рублей. Конечно, это слишком оптимистичный прогноз, но даже если предприятие будет экономить 50% от суммы перерасхода затрат, это положительно скажется на общем состоянии предприятия.

Определим цену трактора с учетом существования службы контроля и учета затрат.

Мы анализируем затраты по двум моделям ТТ-4М и Т-4А, поэтому фонд оплаты труда службы контроля и учета затрат целесообразно поделить на два и найденные суммы отнести на каждую отдельную модель. Результаты расчета

цен на ТТ-4М и Т-4А при эффективной работе службы контроля и учета затрат представлены в таблице 3.4.

Таблица 3.4-Цены на машины ТТ-4М и Т-4А при эффективной деятельности службы контроля и учета затрат

Наименование показателя	ТТ-4М	Т-4 А
Полная себестоимость,(руб)	765460	535025
Рентабельность,(прибыль, руб)	76546	53502
Налог на добавленную стоимость,(руб)	30844	13417
Цена,(руб)	873150	601944

Полученные результаты цен на машины ТТ-4М и Т-4А являются удовлетворительными по той причине, что все-таки не удалось приблизиться к уровню цен основных конкурентов, но тем не менее если создание специальной службы контроля и учета затрат приведет к снижению цены, как в нашем случае, то уровень конкурентоспособности машин ТТ-4М и Т-4 А вырастет по сравнению с другими аналогами.

Другим направлением снижения цены, как уже говорилось, является снижение прибыли. С целью повышения конкурентоспособности и увеличения доли рынка, предприятие может воспользоваться разработанной системой скидок за покупку большего объема. С тем, чтобы условия сделки были более выгодны для покупателя, предприятие должно предложить ему скидку за больший объем покупки. Предложив скидку при продаже за больший объем, предприятие получит возможность увеличить скорость оборота оборотных средств, в дальнейшем нарас-

титель собственный капитал. Нужно помнить одно обстоятельство - ООО «СМК» испытывает недостаток в собственных оборотных средствах (см. параграф 2.2), поэтому оно вынуждено использовать предоплату.

Нами предлагается использовать две системы скидок за большой объем покупки на основе цен на конец 2002 года (см. параграф 2.3). Одна система скидок предназначена для небольших заказов (см. Таблицу 3.5), другая представляет собой систему скидок для значительных объемов сделок и представлена в таблице 3.6.

Таблица 3.5-Система скидок за большой объем покупки при небольших заказах.

Количество Покупаемых машин	Сумма экономии средств покупателем,руб.		Скидка,%
	ТТ-4М	Т-4 А	
1 трактор	9095	7260	1%
2 трактора	27285	21780	1й-1%, 2й-2%
3 трактора	54570	43560	1й-1%, 2й-2%, 3й-3%
4 трактора	90950	72600	1й-1%, 2й-2%, 3й-3%, 4й-4%
5 тракторов	136425	108900	1й-1%, 2й-2%, 3й-3%, 4й-4%, 5й-5%

На наш взгляд, эта система скидок должна быть эффективна для относительно мелких покупателей, фермеров, лесных хозяйств и деревообрабатывающих хозяйств.

Таблица 3.6- Система скидок за большой объем сделки при относительно больших заказах.

Количество покупаемых машин	Скидка,%	Сумма экономии средств покупателем,руб.	
		ТТ-4М	Т-4 А
От 10 до 15(включительно)	1,5%	136427-204640	108900-163350
От 15 до 20(включительно)	1,7%	247387-309233	197472-246840
Более 20	1,9%	От 362894	От 289674

Эта система скидок ориентирована должна быть на относительно крупного потребителя (крупных хозяйств).

Используя эти системы скидок, можно определить какова будет цена на технику и прогнозировать конкурентоспособность в течение некоторого короткого промежутка времени.

Определим цены на трактора при использовании первой системы скидок. Результаты расчетов цен представлены в таблице 3.7

Таблица 3.7-Цены тракторов при использовании системы скидок за большой объем покупки при небольших заказах.

Количество покупаемых машин	Средняя цена трактора ТТ-4М,руб.	Средняя цена трактора Т-4А,руб.
1 трактор	900415	718740
2 трактора	895868	715110
3 трактора	891320	711480
4 трактора	886772	707850
5 тракторов	882225	704220
Полная себестоимость	801895	643805

Полученные результаты свидетельствуют, конечно, о снижении цены на единицу продукции, но все-таки цена далека от цены основного конкурента.

Хотя относительно других конкурентов аналогов конкурентоспособность вырастет.

Определим цены на трактора при использовании второй системы скидок. Результаты расчетов цен представлены в таблице 3.8

Таблица 3.8-Цены тракторов при использовании системы скидок за большой объем покупки при относительно больших заказах

Количество покупаемых машин	Средняя цена трактора ТТ-4М,руб.	Средняя цена трактора Т-4А,руб.
От 10 до 15 (включительно)	895868	715110
От 15 до 20 (включительно)	89048	713685
Более 20	892229	712206

Цены, рассчитанные на основе цен на конец 2002 года с использованием системы скидок, приведут к повышению уровня конкурентоспособности по сравнению с конкурентами-аналогами, кроме волгоградского трактора. В случае с трелевочным трактором ситуация в корне не изменится.

Попытаемся рассмотреть в сочетании два направления снижения цены: создание службы контроля и учета затрат и применение системы скидок, затем определить цены на машины и сделать прогноз относительно конкурентоспособности машин ООО «СМК»

Используя данные таблицы 3.4, а также данные таблиц 3.5 и 3.6, определим цены тракторов. Результаты расчета цен на трактора при создании службы контроля и учета затрат и при использовании систем скидок представлены в таблицах 3.9 и 3.10.

Таблица 3.9-Цены тракторов при создании службы контроля и учета затрат и при использовании системы скидок за большой объем покупки при небольших заказах.

Количество покупаемых машин	Скидка,%	Сумма экономии средств покупателем,руб.		Средняя цена трактора,руб.	
		ТТ-4М	Т-4 А	ТТ-4М	Т-4 А
1	2	3	4	5	6
1 трактор	1%	8732	6019	864418	595925
2 фактора	1 й-1 %.2й-2%	26195	18058	860053	592915
3 трактора	1й-1%,2й-2%,3й-3%	52390	36116	855687	589905
4 трактора	1 й-1 %,2й-2%,3 й-3%,4й-4%	87316	60194	851321	586896
5 тракторов	1й-1%,2й-2%,3й-3%,4й-4%,5й-5%	130974	90291	846955	583886

Цены, рассчитанные в таблице 3.9, являются более привлекательными в плане повышения конкурентоспособности. Хотя и эти цены далеки от цен основных конкурентов-аналогов, но возможно эти цены привлекут потребителей, использующих менее конкурентоспособную технику, тем самым это позволит расширить долю рынка.

Цены тракторов при создании службы контроля и учета затрат и при использовании системы скидок за большой объем покупки при относительно больших заказах представлены в таблице 3.10.

Таблица 3.10-Цены тракторов при создании службы контроля и учета затрат и при использовании системы скидок за большой объем покупки при относительно больших заказах.

Количество покупаемых машин	Скидка,%	Сумма экономии средств покупателем, руб		Средняя цена Трактора руб.	
		ТТ-4М	Т-4 А	ТТ-4М	Т-4А
От 10 до 15 (включительно)	1,5%	130973-196458	90292-13543 7	860052	592915
От 15 до 20 (включительно)	1,7%	237497-296871	163729-204661	858306	591711
Более 20	1.9%	От 348387	От 240175	856560	590507

Используя сразу два направления снижения цены, установили, что возможно при эффективной работе службы контроля и учета затрат и при применении небольших скидок снизить цену на продукцию, тем самым сделав ее более привлекательной на данный момент времени для потребителя.

Применив цену, установленную при создании службы контроля и учета затрат

и, выбрав максимальную цену при скидке, определим как изменится уровень конкурентоспособности машин. Для этого экспертам на основе новой установленной цены было предложено дать оценку двух факторов конкурентоспособности, рассмотренных в параграфе 2.3. Результаты экспертной оценки представлены в таблице 3.11

Таблица 3.11-Экспертная оценка факторов конкурентоспособности ТТ-4М и Т-4А с использованием новой цены

Факторы конкурентоспособности		Новая цена, руб.	Эксперты					Итого	Средний балл
			Конструктор	Маркетолог 1	Маркетолог 2	Экономист	Технолог		
ТТ-4М	Эксплуатационно-технические характеристики	-	9	8	8	9	8	42	8,4
	Цена	864418	6	7	7	8	8	36	7,2
Т-4Л	Эксплуатационно-технические характеристики	-	5	5	6	5	6	27	5,4
	Цена	595925	7	8	8	8	7	38	7,6

Используя данные приложения 12, определим обобщенные показатели качества ТТ-4М и Т-4А. Результаты расчетов обобщенных показателей качества представлены в таблице 3.12.

Таблица 3.12-Обобщенные показатели качества машин при новой цене

Факторы конкурентоспособности	Коэффициенты весомости	Значения оценки, (баллы)		Значение взвешенных оценок	
		ТТ-4М	Т-4 А	ТТ-4М	Т-4А
Эксплуатационно-Технические характеристики	0,22	8,4	5,4	1,8	1,2
Цена	0,78	7,2	7,6	5,6	5,9
Обобщенный показатель качества	-	-	-	7,4	7,1

Определив обобщенные показатели качества при новой цене, определим уровни конкурентоспособности машин с использованием данных таблиц 2.18 и 2.27.

Определим уровень конкурентоспособности ТТ-4М по сравнению с аналогами. Результаты расчетов представлены в таблице 3.13.

Таблица 3.13-Уровень конкурентоспособности ТТ-4М по сравнению с аналогами при новой цене

	ТТ-4М	ТДТ-55	D5H
Обобщенный показатель качества	7,4	7,57	3,24
Уровень конкурентоспособности ТТ-4М по сравнению с ТДТ-55Л	0,98	-	-
Уровень конкурентоспособности ТТ-4М по сравнению с D5H	2,3	-	-

По уровню конкурентоспособности ТТ-4М почти достигнет ТДТ-55А, а от D5H ТТ-4М увеличит отрыв по уровню конкурентоспособности.

Определим уровень конкурентоспособности Т-4А по сравнению с аналогами. Результаты расчетов представлены в таблице 3.14.

Таблица 3.14-Уровень конкурентоспособности Т-4А по сравнению с аналогами при новой цене.

	Т-4 А	ДТ-75	К-700А	Челленджер-65
Обобщенный показатель качества	7,1	7,8	5,1	3,1
Уровень конкурентоспособности Т-4А по сравнению с ДТ-75	0,91	-	-	-
Уровень конкурентоспособности Т-4А по сравнению с К-700А	1,4	-	-	-
Уровень конкурентоспособности Т-4 А по сравнению с Челленджер-65	2,3	-	-	-

Более наглядно представления изменения уровня конкурентоспособности машин представлены в таблице 3.15

Уровни конкурентоспособно Т-4Л по сравнению с аналогами				Уровни конкурентоспособно ТТ-4М по сравнению с аналогами			
Показатели	До мероприятий	После мероприятий	Изменения	Показатели	До мероприятий	После мероприятий	Изменения
Уровень конкурентоспособности Т-4А по сравнению с ДТ-75	0,87	0,91	+0,04	Уровень конкурентоспособности ТТ-4М по сравнению с ДТ-55А	0,78	0,98	+0,2
Уровень конкурентоспособности Т-4 А по сравнению с К-700А	1,33	1,4	+0,07	Уровень конкурентоспособности ТТ-4М по сравнению с D5H	1,8	2,3	+0,3
Уровень конкурентоспособности Т-4А по сравнению с Челленджер-65	2,2	2,3	+0,1	-	-	-	-

Изменения говорят о повышении уровня конкурентоспособности машин при проведении предложенных мероприятий.

С целью увеличения продаж и повышения конкурентоспособности машин предлагаем следующее мероприятие - обмен старой техники на новую с доплатой. Чтобы это мероприятие эффективно заработало нужно провести небольшую рекламу на ярмарках и выставках с предложением обмена старой техники на новую с доплатой, а также, используя факсимильную и электронную связь, разослать предложения обмена своим клиентам. Суть мероприятия следующая: образовав более крупный участок ремонта и восстановления тракторов на базе цеха мелких серий, чем раньше, проводить реставрацию и ремонт старой техники, затем продавать ее или сдавать в аренду, компенсируя этим разницу в ценах в момент обмена новой техники на старую. Старая техника принимается с наработкой не менее 8000 мото-часов. Затем на основании составленного специальной комиссией акта технического осмотра, составленной дефектной ведомости, в которой определяется степень износа узлов и агрегатов, ПЭО определяет цену приемки старого трактора. Интервал цен при приемке колеблется в зависимости от технического состояния трактора: от 30000 до 50000 рублей - Т-4А, от 50000 до 100000 рублей - ТТ-4М. Поэтому покупатель оплачивает разницу между номинальной ценой нового трактора и стоимостью принимаемого на реставрацию или ремонт с заменой узлов и агрегатов трактора.

Проведя ремонт с заменой узлов и агрегатов предприятие должно компенсировать недостающую сумму путем продажи или сдачи в аренду отремонтированного (отреставрированного) трактора.

Необходимо определить эффект для потребителя и предприятия. Эффект для потребителя заключается в том, что если он намерен покупать новую технику и имеет отработавшую, он без затрат на ремонт старой техники обменивает ее на новую, платя лишь разницу между ценой новой техники и стоимостью старой: экономия 30000-50000 рублей - Т-4А, 50000-100000 рублей - ТТ-4М. Цена для потребителя на Т-4А будет колебаться, учитывая сегодняшнюю цену, от 676000 рублей до 696000 рублей наличными, на ТТ-4М от 809510 до 859510 рублей.

Эффект для предприятия будет заключаться в разнице между рыночной стоимостью трактора и сметой на его ремонт (реставрацию).

Смета на ремонт с заменой отдельных узлов, агрегатов на новые или реставрацию, действующая в ООО «СМК» представлена в Приложении 16.

Расчет прибыли, полученный при продаже отремонтированного или отреставрированного трактора Т-4А представлен в таблице 3.16.

Таблица 3.16-Прибыль, получаемая при продаже отремонтированного (отреставрированного) трактора Т-4А (тыс, руб.)

Показатель	Ремонт с заменой на новые узлы, агрегаты	Реставрация
Рыночная стоимость трактора, принятая на ООО «СМК»	465	300

Продолжение таблицы 3.16

Показатель	Ремонт с заменой на новые узлы, агрегаты	Реставрация
Себестоимость ремонта трактора с заменой узлов, агрегатов на новые или реставрации	409,6	201,2
Прибыль, получаемая при продаже	55,4	98,8

Таким образом, получая прибыль при продаже восстановленной техники (Т-4А), предприятие может компенсировать потерянную сумму при обмене новой техники на старую.

Расчет прибыли, полученной при продаже восстановленного трактора ТТ-4М представлен в таблице 3.17.

Таблица 3.17-Прибыль, получаемая при продаже отремонтированного (отреставрированного) трактора ТТ-4М (тыс.руб.)

Показатели	Ремонт с заменой узлов и агрегатов на новые	Реставрация
Рыночная стоимость трактора, принятая на ООО «СМК»	650	590
Себестоимость ремонта с заменой отдельных узлов и агрегатов на новые или реставрации	535,4	294,8
Прибыль, получаемая при продаже	114,6	295,2

Получая прибыль при продаже восстановленного трактора, предприятие компенсирует потерянную сумму при обмене новой техники на старую и имеет возможность получить сверх прибыль.

Обмен старой техники на новую дает возможность привлечь клиентов и увеличить объем реализации продукции.

Участие в ярмарках, в выставках дает возможность продемонстрировать собственную продукцию не только новую, но уже давно производимую, тем более если в нее привносятся небольшие изменения, такие например как, изменение формы кабины, размера машины. Участие в выставках (ярмарках) дает возможность устанавливать деловые контакты с потребителями из различных регионов России из стран ближнего зарубежья. По данным отдела рекламы нами установлено, что предприятие в течение последних трех лет (2015 - 2017 гг.) ежегодно принимает участие в 15 выставках и ярмарках на территории России и за рубежом, посвященных теме сельхозмашин и лесотрелевочных, - погрузочных машин. Специалисты рекламного отдела считают, что есть возможность участвовать более

чем в 15 выставках в год, поэтому считаем, что необходимо увеличить усилия в этом направлении.

Повышению объемов продаж техники ООО «СМК» и повышению уровня конкурентоспособности продукции способствует также развитие различных схем экономического сотрудничества на основе взаимовыгодных договоренностей более чем двух заинтересованных сторон. Особую роль здесь могут играть страны среднеазиатского региона (СНГ): Узбекистан, Таджикистан, Туркменистан, Киргизия. Потребность со стороны только Таджикистана как констатирует начальник отдела маркетинга и продаж на 2018 год составляет 750 штук сельхозмашин, именно Т-4А. Проблема состоит в том, что у представителей стран среднеазиатского региона нет средств для прямой закупки техники у завода-изготовителя. Поэтому была предложена следующая схема сотрудничества: Таджикистан поставляет хлопок Барнаульскому меланжевому комбинату - «МК» рассчитывается с ООО «СМК» - завод отгружает готовую технику в республику. Более наглядно схема сотрудничества выглядит на рисунке 3.2.

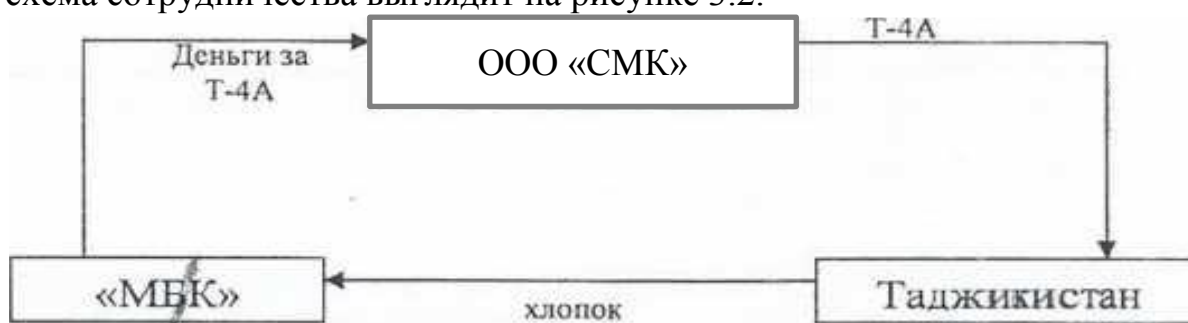


Рисунок 3.2-Схема сотрудничества ООО «СМК» с «МК» и Таджикистаном

Наше предложение носит более широкий характер, потому что включает еще одну заинтересованную сторону. Страны среднеазиатского региона испытывают также большую потребность продукции лесной отрасли (в лесе). На основе многосторонних договоров можно эффективно использовать экономические связи. Так как пока основной серийный выпуск ООО «СМК» основывается на выпуске сельхозмашин Т-4А и трелевочных ТТ-4М и их модификаций, при успешном сотрудничестве есть возможность поддержать и увеличить производство этих машин.

Схема сотрудничества следующая: страны среднеазиатского региона поставляют сырье производственным предприятиям (хлопок, фрукты), торговым домам продовольственные товары, пользующиеся спросом (вино, соки, томатную пасту) города Барнаула, средства от их реализации поступают в ООО «СМК» и в лесные хозяйства, ООО «СМК» отгружает Т-4 А странам среднеазиатского региона, а лесные хозяйства рассчитываются ООО «СМК» за трелевочные трактора, ООО «СМК» отгружает ТТ-4М лесным хозяйствам, лесные хозяйства отгружают лес странам среднеазиатского региона (СНГ). Наиболее наглядно схема сотрудничества представлена на рисунке 3.3.



Рисунок 3.3-Схема многостороннего сотрудничества ООО «СМК» Это мероприятие позволит увеличить выпуск сельхозмашин ТТ-4А и трелевочных тракторов ТТ-4М, а также увеличить долю рынка ООО «СМК».

Реализация всех предложенных мероприятий, на наш взгляд, позволит повысить уровень конкурентоспособности продукции и увеличить объем реализации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цель данной магистерской диссертации, которая заключалась в исследовании проблем управления конкурентоспособностью продукции в ООО «СМК» и в разработке мероприятий по их устранению, была достигнута.

Основные результаты реализации поставленных задач сводятся к следующему.

Управление конкурентоспособностью продукции представляет собой процесс обеспечения конкурентоспособного положения продукции на рынке.

Отсутствует единый подход к определению конкурентоспособности продукции, выделению факторов, критериев и методов оценки конкурентоспособности.

В результате рассмотрения различных определений и факторов конкурентоспособности предложено конкурентоспособность трактовать как способность продукции отвечать требованиям данного рынка в рассматриваемый период, а среди факторов выделять производственные, рыночные, сбыточные, сервисные.

Среди критериев конкурентоспособности выделяют уровень качества товара и его стабильность, уровень новизны товара, имидж товара, информативность товара, цена потребления товара - товарные критерии.

Анализ деятельности ООО «СМК» показал, что в структуре управления предприятием отсутствует подразделение, которое бы занималось непосредственно вопросами конкурентоспособности продукции.

При оценке уровня конкурентоспособности тракторов ООО «СМК» относительно техники заводов - конкурентов установили, что по уровню конкурентоспособности ТТ-4М не превзошел ТДТ-55А и составил 0,78 от обобщенного показателя качества ТДТ-55А, 1,8 от обобщенного показателя качества D5H, Т-4А уступил ДТ-75 (обобщенный показатель качества Т-4А составил 0,87 от обобщенного показателя качества ДТ-75). Обобщенный показатель качества Т-4А составил 1,33 от обобщенного показателя качества К-700А, 2Д от обобщенного показателя качества Челленджер-65.

В связи с неплатежеспособностью покупателей техники, основным фактором, определяющим уровень конкурентоспособности тракторов в России на сегодня, является цена.

Выявлено значительное превышение фактических затрат над плановыми на производство техники.

Результаты проведенного анализа свидетельствуют о существующих проблемах в области управления конкурентоспособностью продукции на предприятии, поэтому нами были предложены мероприятия, позволяющие их решить.

Предложено создание службы контроля и учета затрат в блоке управления экономикой и финансами. В состав службы включили учетчиков затрат по каждой модели и общезаводских расходов и потерь от брака.

Эффект от создания службы контроля и учета затрат по предварительной оценке составит 108736269 рублей.

Разработаны две системы скидок за больший объем для привлечения покупателей и увеличения объемов реализации.

Установлено, что при создании службы контроля и учета затрат и использо-

вании систем скидок, конкурентоспособность машин увеличится в результате снижения цен Т-4А по сравнению с ДТ-75 на 0,04 (0,87 - 0,91), по сравнению с К-700А на 0,07 (1,33 - 1,4), по сравнению с Челленджер-65 на 0,1 (2,2 - 2,3), ТТ- 4М по сравнению с ТДТ-55 на 0,2 (0,78 - 0,98), по сравнению с D5PI на 0,5 (1,8 - 2,3).

Для увеличения объемов реализации тракторов предложено использовать обмен старой техники клиентов на новую с доплатой. В связи с этим, необходимо создание на базе цеха мелких серий крупного участка ремонта и восстановления, тракторов. Это мероприятие позволяет получить еще и дополнительную прибыль.

Предложено увеличить усилия в направлении участия в ярмарках и выставках.

Разработана схема взаимовыгодного экономического сотрудничества, позволяющая загрузить мощности завода и увеличить объем реализации тракторов.

Таким образом предложенные мероприятия, на наш взгляд, позволят повысить конкурентоспособность тракторов ООО «СМК» в результате снижения цен на них.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 ГОСТ 23554.2-81. Система управления качеством продукции. Экспертные методы оценки качества промышленной продукции. Обработка значений экспертных оценок качества продукции. - М.: Издательство стандартов 1984.
- 2 Методика оценки уровня конкурентоспособности продукции. - М.: Издательство стандартов. 1984г.
- 3 Азоев, Г.Л.. Конкурентные преимущества фирмы. - М.: 2000г.- 254с.
- 4 Андрианов В. Конкурентоспособность России в мировой экономике // Маркетинг-1999. - №2. - с.28-35.
- 5 Баркан Д.И. и др. Как создаются коммерчески успешные товары и услуги - маркетинг и нововведения. Сер.: Практический маркетинг. Выпуск. 3.М.: Аквилон, 1989.
- 6 Белый Е., Конкурентоспособность и качество продукции: два уровня управления/ Белый Е., Барашков С // Маркетинг - 2002. - №4. - с.29-34.
- 7 Борисов В. Машиностроение: инновации и конкурентоспособность // Экономист- 2000. - №18. - с.38-42.
- 8 Ващекин Н.П. Маркетинг. Учебник. - М.: МГУК, 1999. - 569с.
- 9 Гличев А.В. Основы управления качеством продукции. М.: АМИ. 1998. 355с.
- 10 Глухов А. Оценка конкурентоспособности товара и способы ее обеспечения // Маркетинг - 1999. - №2. - с.47-56.
- 11 Дудкин В.И. // Экономика и коммерция - 1998. - №3-4. - с.69-84.
- 12 Котин Л., Файнберг И. Производить то, что продается, а не продавать то, что производится // Наука и жизнь - 1984. - №4. - с.5-9.
- 13 Котлер Ф. Основы маркетинга-М.: Прогресс, 1990. - 734с.
- 14 Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. 2-ое издание, доп. и испр.: М. 2001. 244с.
- 15 Ноздрева Р.Б. Маркетинг: как побеждать на рынке - М.: Финансы и статистика, 1990. - 304с.
- 16 Печенкин А.Н. Конкурентоспособность продукции и производителя // Надежность и контроль качества - 1995. - №10. - с.31-36.
- 17 Печенкин А.Н. О критериях конкурентоспособности продукции и подходах к ее оценке // Надежность и контроль качества — 1995. - №2. - 22-35.
- 18 Печенкин А.Н. Об оценке конкурентоспособности товаров и товаропроизводителей // Маркетинг - 2000. - №2. - с.23-26.
- 19 Раицкий К.А. Экономика предприятия. Учебник. - М.: 2002. - 1,512с.
- 20 Рыбаков И.Н. Качество и конкурентоспособность при рыночных отношениях // Стандарты и качество - 2000.- №12. - с.43-47.
- 21 Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий. М.: Радио и связь, 1993.
- 22 Сафронов Н.А. Экономика предприятия. Учебник. - М.: 2000. —583с.
- 23 Сероштан М.В., Михеев Е.Н. Качество непродовольственных товаров. М.: Изд. дом «Дашков и К». - 2000. - 163с.
- 24 Синьков В.И. Конкуренция и конкурентоспособность: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ // Стандарты и качество - 2000. - №4. - с.54-59.

- 25 Тихонов Р.М. Конкурентоспособность промышленной продукции. М.: Изд-во стандартов. 1985. 175с.
- 26 Фасхиев Х. Оценка конкурентоспособности взвой техники // Маркетинг - 1998. - №6. - с.25-35..
- 27 Фатхутдинов Р.Д. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. Учебник - М 2002. - 892с.
- 28 Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособности // Стандарты и качество - 2000. - №10. - с. 10-13.
- 29 Хорошилов Г. Инновации и конкурентоспособность техники // Экономист - 1998,-№2.-с. 17-23.
- 30 Цыгичко А. Высокая цена конкурентоспособности // Экономист - 2003. - №1. - с.31-36.
- 31 Юрашев В. Количественные показатели контроля конкурентоспособности торговой марки // Маркетинг - 2002. - №6. - с.55-58.
- 32 Кожин, В.Я. Бухгалтерский учет: учебник / В.Я. Кожин. – М.: Экзамен, 2017. – 815 с.
- 33 Кондраков, Н.П. Экономика предприятий: журнал Молодой ученый / Н.П. Кондраков. – Курск: КГГБУ–М, 2017. – 441 с.
- 34 Корнеев, К.Н. Экономика: учебное пособие / К.Н. Корнеев, М.М. Глазов. – СПб: Астерион, 2017. – 156 с.
- 35 Крикунов, А. Профессиональный комментарий о федеральном законе «Об аудиторской деятельности» / А. Крикунов // Финансовая газета. – 2017. – №40. – С. 12.
- 36 Кувалдина, Т.Б. Учебно-практическое пособие по экономике / Т.Б. Кувалдина. – М.: Приориздат, 2015. – С. 209
- 37 Соловьева, Л.Ю. Анализ и контроль в бюджетных и некоммерческих организациях: Программа преддипломной практики бухгалтерского учета. / Л.Ю. Соловьева, Г.П. Селиванова. – Екатеринбург: УрГЭУ, 2015. – 344 с.
- 38 Лисович, Г.М. Финансовый учет в строительстве: учебник / Г.М. Лисович. – М.: Вуз. учебник, 2016. – 218 с.
- 39 Лозовой, А.М. Выявления слабых мест предприятия с помощью оптимизации адаптаций на рыке: конспект лекций / А.М. Лозовой. – Ростов н/Д: Феникс, 2018. – С. 53
- 40 Лукаш, Ю.А. Экономика на предприятиях. Методы и схемы. / Ю.А. Лукаш. – М.: ГроссМедиа, 2015. – 416 с.
- 41 Лыкова, Л.Н. Развитие строительной индустрии в России / Л.Н. Лыкова. – М.: 2016.
- 42 Лютов, Д.Б. Оптимизация адаптации предприятий в сфере строительства / Д.Б. Лютов // Вестник Тульского филиала финуниверсета. – 2016. – №1. – С. 371–372.
- 43 Макальская, М.Л. Экономика: учебник для вузов / М.Л. Макальская, И.А Фельдман. – Москва: Высшие образования, 2018. – 443с.
- 43 Макарова, В.И. Учет расчетов: учебник / В.И. Макарова. – Москва: Бера-тор-Пресс, 2017. – 654с.

- 44 Миляков, Н.В. Налоги и налогообложение / Н.В. Миляков. – М.: 2017. – С. 84
- 45 Мислаев, С.В. Систематизация стратегического развития предприятий / С.В. Мислаев, Л.Е. Поленков. – М.: Дашков и К, 2016. – 592 с.
- 46 Мормуль, Н.Ф. Системный подход к управлению адаптацией на предприятиях / Н.Ф. Мормуль, С.А. Еникеева // Экономические и социально-гуманитарные исследования. – 2016. – №2(6). – С. 85–89.
- 47 Морозова, Т.В. Малые предприятия: экономика, учет и отчетность / Т.В. Морозова. – Юстицинформ, 2016. – 230 с.
- 48 Мулашев, Л.К. Учет бухгалтерии и его особенности / Л.К. Мулашев. – М.: Проспект, 2017. – 432 с.
- 49 Осипова, А.И. Оценка адаптации предприятий на рынке / А.И. Осипова, Д.К. Левченко. – Минск: 2017. – №3. – С. 76–82.
- 50 Пансков, В.Г. Экономика: учебник / В.Г. Пансков. – М.: 2018. – 144 с.
- 51 Пасько, А.И. Стратегия и адаптация предприятий / А.И. Пасько. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 368 с.
- 52 Патров, В.В. Менеджмент: учебное пособие / В.В. Патров. – М.: ИД Бинфа, 2017.
- 53 Петрнос, Л.В. Экономическая деятельность на предприятии (часть 2) / Л.В. Петрнос. – М.: 2018 – С. 159.
- 54 Поленова, С.Н. Формы бухгалтерского учета в российских организациях / С.Н. Поленов // Бухгалтер и закон, 2017. – № 9.
- 55 Понемасов, А.Д. Экономика: теория и практика / А.Д. Понемасов. – Екатеринбург, 2016. – С. 90.
- 56 Попова, Л.В. Учебно-методическое пособие по экономике / Л.В. Попова // Дело и Сервис, 2017. – 448 с.
- 57 Раджабова, М.Г. Оптимизация развития стратегии на предприятии / М.Г. Раджабова // Атуальные вопросы современной экономики, 2017. – №3. – С. 278–283.
- 58 Саблин, М.Т. Взыскание долгов: от профилактики до принуждения: практическое руководство по управлению дебиторской задолженностью: учебник / М.Т. Саблин. – М.: Волтерс Клувер, 2018. – 302 с.
- 59 Савицкая, Т.В. Анализ хозяйственной деятельности / Т.В. Савицкая. – М.: ИН-ТРО, 2018. – 242 с.
- 60 Сайгидмагомедов, А.М. Бухгалтерский финансовый учет в сфере строительства: учебное пособие / А.М. Сайгидмагомедов. – М.: Инфра-М, 2017. – 456 с.
- 61 Семенихин, В.И. Порядок определения адаптации предприятий / В.И. Семенихин // Финансовая газета, 2016. – № 34.
- 62 Сомоев, Р.Г. Общая теория экономики предприятий / Р.Г. Сомоев. – М.: 2017. – 156 с.
- 63 Соснаускене, О.И. Малые предприятия: регистрация, учет, налогообложение / О.И. Соснаускене. – Омега-Л, 2016. – 78 с.
- 64 Толмачев, И.А. Стратегия развития по малым предприятиям / И.А. Толмачев. – М.: Гросс медиа, 2015. – 76 с.

- 65 Филина, Ф.Н. Экономика предприятий. Острые вопросы налогообложения: учебник / Ф.Н. Филина. – М.: ГроссМедиа, 2012. – 152 с.
- 66 Хамидуллина, З.Ч. Стратегия на предприятиях: учебник / З.Ч. Хамидуллина. – М.: МИЭМП, 2013. – 118 с.
- 67 Хоханова, Н.Н. Экономическое развитие предприятий в строительной индустрии: учебник / Н.Н. Хоханова. – М.: Московские учебники, 2011. – 380 с.
- 68 Худолеев, В.В. Экономическая теория: учеб. пособие / В.В. Худолеев. – М.: Форум, 2017.
- 69 Экономический анализ: учебное пособие / Н.Б Клишевич [и др.]. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 192 с.
- 70 Юткина, Т.Ф. Учет предприятий и их стратегия / Т.Ф. Юткина. – М., 2018.
- 71 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

ПРИЛОЖЕНИЯ
ПРИЛОЖЕНИЕ А

Основные показатели по труду и заработной плате в
ООО «СМК» за 2015-2017 год.

Наименование показателя	Ед. изм.	Абсолютная величина			Темп роста, %		Изменение, (+,-)	
		2015	2016	2017	2015-2016	2016-2017	2015-2016	2016-2017
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Численность всего	чел.	12085	11892	9656	98,4	81,2	-193,0	-2236,0
В том числе рабочие	чел.	9143	8924	6918	97,6	77,5	-219,0	-2006,0
Среднемесячная зарплата одного работающего	руб.	1000,2	1647,5	1718,3	164,7	104,3	+647,3	+70,8
Среднемесячная зарплата одного рабочего	руб.	935	1430	1512	152,9	105,7	+495,0	+82,0
Фонд заработной платы всего	тыс. руб.	145050	235100	199100	162,1	84,7	+90050,0	-36000,0
Фонд заработной платы рабочих	тыс. руб.	102600	153100	125500	149,2	82,0	+50500,0	-27600,0
Товарная продукция	тыс. руб.	1060100	1230697	705500	116,1	57,3	+ 170597,0	-525197,0
Выработка на одного работающего	руб.	87720	103490	73063	118,0	70,6	+ 157720,0	-30427,0

ПРИЛОЖЕНИЕ Б
Квалификационный состав рабочих в ООО «СМК» за
2015-2017год.

Наименование показателя	Абсолютная величина чел.			Темп роста %		Изменение (+,-)	
	2015	2016	2017	2015-2016	2016-2017	2015-2016	2016-2017
1	2	3	4	5	6	7	8
Численность рабочих всего	9143	8924	6918	97,6	77,52	-219,0	-2006,0
Окладчики	640	655	610	102,3	93,1	+15,0	-45,0
Итоги рабочих разрядников	8503	8269	6308	97,2	76,3	-234,0	-1961,0
Рабочие 1 разряда	340	331	252	97,4	76,1	-9,0	-79,0
Рабочие 2 разряда	2177	2117	1615	97,2	76,3	-60,0	-502,0
Рабочие 3 разряда	2058	2001	1526	97,2	76,3	-57,0	-475,0
Рабочие 4 разряда	1905	1852	1413	97,2	76,3	-53,0	-439,0
Рабочие 5 разряда	1649	1604	1224	97,3	76,3	-45,0	-380,0
Рабочие 6 разряда	374	364	278	97,3	76,4	-10,0	-86,0
Средний трифный разряд	3,41	3,43	3,41	101,2	98,8	+0,02	-0,02
Средний тарифный коэффициент	1,53	1,52	1,33	99,3	90,1	-0,01	-0,15

ПРИЛОЖЕНИЕ В
Модификации трелевочного трактора ТТ-4М

ТТ-4М-01	Трактор трелевочный лесопромышленный (без технологического оборудования)
ТТ-4М-01Л	Трактор трелевочный лесопромышленный с лебедкой (без погрузчика)
ТТ-4М-04	Трактор трелевочный лесопромышленный с толкателем
ТТ-4М-07	Трактор трелевочный лесопромышленный с бульдозерной навеской
ЛП-60-01А	Валочно-трелевочная погрузочная машина
ЛП-58-01	Валочно-трелевочная машина
ЛП-10К	Машина трелевочная бесчokerная
ЛТ-187	Машина трелевочная бесчokerная для вывоза деревьев в пачках
ЛТ-188	Лесопогрузчик челюстной
ЛП-33А	Машина сучкорезная
ЛТ-72Б	Погрузчик-штабелер

ПРИЛОЖЕНИЕ Г
Участие ООО «СМК» в уставном капитале других предприятий.

Наименование ФПГ(др. Предприятий, организаций)	Доля предприятия в УК объекта	
	%	Руб.
1 .АО "Дальэкспортлес"	0,03	
2.АО "Далыпес"	1,75	
3Автосельмаш-холдинг"	0,002	
4.АКБ "Алтайкредитпромбанк"	0,03	
5.Товарно-фондовая биржа		100
б.Биржа металлов		100
7. ООО «СМК» -Азия"	90	
8. ООО «СМК» Плюс"	90	
9.СП "УЗалтайтрактор"		2360387
10.Информцентр		650
11 .Ставропольский завод АТО		100000
12.000 "Футбольный клуб "Торпедо-«СМК»"	30	
13.000 "СМК-Чермет"	50	
Торговый дом "Алтайский трактор"	20	

ПРИЛОЖЕНИЕ Д
Географическое расположение основных потребителей
продукции ООО «СМК»

Регион	Край, область, республика
1. РФ в том числе	
Северо-Западный	Новгородская, Архангельская, Вологодская, Республика Коми
Центральный	Ивановская, Костромская, Московская, Ярославская, Тульская, Владимирская ,
Уральский	Башкортостан, Удмуртия, Курганская, Оренбургская, Свердловская, Челябинская, Пермская
Западно-Сибирский	Алтайский, Кемеровская, Новосибирская, Омская, Томская, Тюменская
Восточно-Сибирский	Бурятия, Красноярский, Иркутская, Читинская
Дальневосточный	Приморский, Хабаровский, Амурская, Сахалинская, Саха(Якутия)
Волго-Вятский	Кировская, Нижегородская
Поволжский	Татарстан, Волгоградская, Самарская, Пензенская, Саратовская, Ульяновская
Северо-Кавказский	Краснодарский, Ростовская, Ставропольский
2. Страны СНГ	
Казахстан	Алмата Дустанай
Средне-Азиатский:	
Узбекистан	Самаркандская, Ферганская, Сыр-Дарьинская, Суха-Дарьинская, Кара-Калпакия
Таджикистан	
Туркменистан	
Киргизия	
Закавказский: Азербайджан	Бейлаган

ПРИЛОЖЕНИЕ Е
Фирмы-конкуренты, представляющие свою продукцию на
мировом рынке пахотной техники

Наименование фирмы или трактора	Мощность двигателя (л .с.)	Цена производителя (\$ долл.,США)
Т-4А	130	13352
Т-4.02	150	15027
ТМ-120 Trak Marshall (Англия)	125	77000
Fiat 120С (Италия)	120	74000
Т-4.04	150	29650
Т-250	250	35579
Челленджер-65(США) Челленджер-45(США)	243 243	740000 148000
Фирма «Кейс» Магнум-8940 Магнум-9280 Магнум-7250 (гусеничные)	254 380 264	102500 188700 115300
Стайгер-8920 Стайгер-937 (колес.,США)	160 360	110000 140000
Фирма Джон Дир (колеси.) Серия 8400	260	128800
Штайгер-Стандарт Серия-9170 (Австрия)	170	170000
Дайт-СтарАгростар 8.31	230	11200

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж
Сравнительный аналитический баланс ООО «СМК»
За 2015-2018гг.(Актив)

Статьи актива	Абсолютная величина, руб.				Удельный вес, %				Абсолютное изменение, руб.		
	01.01.2015г.	01.01.2016г.	01.01.2017г.	01.01.2018г.	01.01.2015г.	01.01.2016г.	01.01.2017г.	01.01.2018г.	2015 г.	2016г.	2017г.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.Внеоборотные активы:	803357187	780229324	755954000	7253000	59	46,4	50,5	52	-23127863	-24275324	-3032000
Нематериальные активы	2091	1027	347000	0	0,00015	0,00006	0,023	0	-1064	345973	-347000
Основные средства	601527300	681817504	658536000	626597000	44	40,5	44	45	80290204	-23281504	-31939000
Незавершенное строительство	198318693	94509285	92873000	95394000	14,5	5,6	6,2	6,8	-103809408	-1636285	2521000
Долгосрочные финансовые вложения	3509103	3901508	4198000	3643000	0,25	0,23	0,3	0,2	392405	296492	-555000
2.Оборотные активы:	562467448	902012775	74505000	6671000	41	53,6	49,5	48	339545327	-156962775	-7754000
Запасы	233962366	387481970	500781000	36094000	17	23	33,3	26	153519604	113299030	-13984000
НДС	10100398	23886403	22150000	39000	0,74	1,4	1,5	2,6	13786005	-1736404	14249000
Дебиторская задолженность	305000570	474979908	205783000	26353000	22,3	28	13,7	9	1169979338	-269196908	57856000
Денежные средства	3475293	3745521	16336000	6531000	0,25	0,22	1,1	0,5	270228	12590479	-9805000
Прочие оборотные активы	9928821	11918973	0	0	0,73	0,71	0	0	1990152	-11918973	0
Итог баланса	1365824635	1682242099	1501004000	193441000	100	100	100	100	316417464	-181238099	-107860000

Продолжение Приложения Ж- Сравнительный аналитический баланс
 ООО «СМК» за 2015-2017гг.(Актив)

Статьи актива	Теми роста, %			Изменение в удельном весе			Изменение в % к итогу		
	2015г.	2016г.	2017г.	2015г.	2016г.	2017г.	2015г.	2016г.	2017г.
1	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1.Внеоборотные активы:	97	97	96	-12,6	4,1	1,5	-0,07	-13,4	-28
Нематериальные активы	49	33788	0	-0,0009	0,02294	-0,023	-0,0003	+0,19	-0,3
Основные средства	119	97	95	-3,5	3,5	1	+25,4	-128	-30
Незавершенное строительство	48	98	ЮЗ	-8,9	0,6	0,6	-33	-0,9	+2
Долгосрочные финансовые вложения	11	108	87	-0,02	0,07	-0,1	+0,12	+0,16	-0,5
2.Оборотные активы:	160	83	90	12,6	-4,1	-1,5	+107	-87	-72
Запасы	166	129	72	6	10,3	-7,3	+48,5	+62,5	-130
НДС	236	93	164	0,66	0,1	1,1	4-4,4	-0,96	+ 13
Дебиторская задолженность	156	43	128	5,7	-14,3	5,3	+54	-149	+54
Денежные средства	108	436	40	-0,03	0,88	-0,6	+0,09	+6,95	-9
Прочие оборотные активы	120	0	0	-0,02	-0,71	0	+0,63	-6,6	0
Итог баланса	123	89	93	0	0	0	0	0	0

ПРИЛОЖЕНИЕ 3
Сравнительный аналитический баланс ООО «СМК» за
2015-2017гг.(Пассив)

Статьи пассива	Абсолютная величина, (руб.)				Удельный вес, %				Абсолютное изменение, руб.		
	01.01.2015г	01.01.2016г	01.01.2017г.	01.01.2018г.	01.01.2015г	01.01.2016 г.	01.01.2017г	01.01.2018г.	2015г.	2016г.	2017г.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1 «Собственный капитал:	970640762	968281849	888552000	7150600	71	58	60	51	-2358913	-79729849	-173046000
Уставный капитал	562123000	562123000	562123000	562123000	41	33	36	40	0	0	0
Добавочный капитал	366810371	386128420	335526000	320869000	27	23	22	23	19318049	-50602420	-14657000
Резервный капитал	0	3305665	4446000	4446000	0	0,2	0,3	0,3	3305665	114335	0
Фонд социальной сферы	1341352	2357088	7276000	0	0,1	0,1	0,5	0	1015736	4918912	-7276000
Целевые финансирование и поступления	0	2900000	0	400000	0	0,2	0	0,03	2900000	-2900000	400000
Нераспредсл. прибыль прошлых лет	85070773	18957476	0	0	6,2	1,1	0	0	-66113297	18957476	0
Непокрытый убыток прошлых лет	44704734	30313326	22735000	20001900	3,3	2	1,5	1,5	14391408	7578326	'916000
Нераспредсл. прибыль отчетного года	0	22823526	1916000	0	0	1,4	0,1	0	22823526	1916000	-1916000
Непокрытй убыток отчетног о года	0	0	0	151513000	V. 0	0	0	10,9	0	0	151513000
2. Заемный капитал:	395183873	713960250	612452000	677638000	29	42	40	49	318776377	-101508205	65186000
Краткоср. займы и кредиты	239493	12161150	130446000	1414600	0,02	0,7	8,8	10,6	11921657	118284850	16700000
Крсдит. задолженн	375359277	679077277	465764000	517200	27	40	31	37	303718000	-21331327	5163000
Залож. перед учредителями	1026546	2652689	6704000	5659000	0,08	0,2	0,4	0,4	1626143	4051311	-1045000
Резервы пред-стоящ.	3903254	5413831	9538000	7206000	0,3	0,3	0,6	0,5	-1510577	4124169	-2332000
Проч. краткоср. об яз.	14655303	14655303	0	0	1,1	0,9	0	0	0	-14655303	0
Итог баланса	1365824635	1682242099	1501004000	1393144000	100	100	100	100	316417464	-18123809	-107860000

Продолжение Приложения 3- Сравнительный аналитический баланс ООО «СМК»
за 2015-2017гг.(Пассив)

Статьи пассива	Темп роста, (%)			Изменение в удельном весе, (%)			Изменение в % к итогу		
	2015г.	2016г.	2017г.	2016г	2015г	2016г.	2015г.	2016г.	2017г
1	13	14	15	16	17	18	19	20	21
I. Собственный капитал:	99,8	92	81	-13	2	-9	-0,7	-44	-160
Уставный капитал	100	100	100	-8	3	4	0	0	0
Добавочный капитал	105	87	96	-4	-1	1	+6.1	-28	-14
Резервный капитал	330566500	134	100	0.2	0,1	0	+ 1	+0,6	0
Фонд социальной сферы	176	0	0	0,02	0,4	-0,5	+0,3	+2,7	-7
Целевые финансирование и поступления	290000000	0	40000000	-5,1	-0,2	0,03	+0,9	-1,6	+0.4
Нераспредел. прибыль прошлых лет	223	0	0	-1,3	-1,1	0	-20,9	-10,4	0
Непокрытый убыток прошлых лет	68	75	92	1,4	-0,5	0	+ 4,5	+4,2	-2
Нераспредел. прибыль отчетного года	0	8	0	0	-1,3	-0.1	+7,2	+ 1,1	-2
Непокрытый убыток отчетного года	0	0	15151300000	0	0	10.9	0	0	-140
II. Заемный капитал:	181	86	111	13	-2	9	+ 100,7	-56	+60
Краткоср. займы и кредиты	5078	107	113	0,68	8,1	1.8	+3,7	+65	+ 15
Кредит. задолжснн	181	69	111	13	-9	6	+96	-118	+48
Задолж. перед учредителями	258	253	84	0,12	0.2	0	+0,5	+2.2	-1
Резервы предстоящ. расходов	139	176	76	0	0,3	-0,1	+0,5	+ 2.3	-2
Проч. кратко ср. обяз.	100	0	0	-0,2	-0.9	0	0	-К	0
Итого баланса	123	89	93	0	0	0	0	6	0

ПРИЛОЖЕНИЕ У
Экспертная оценка коэффициентов весомости
эксплуатационно-технических характеристик трелевочных машин

Наименование показателя	Оценка экспертов					Сумма оценок	Средний балл
	Конструктор	Маркетолог 1	Маркетолог 2	Экономист	Технолог		
Эксплуатационная мощность дизеля,(л.с.)	0.10	0.16	0.18	0.12	0.13	0.69	0.14
Удельный расход топлива. г/кВт*ч	0.25	0.22	0.20	0.19	0.20	1.06	0.21
Наибольшее из средних условных давлений гусениц на грунт.кПа	0.05	0.05	0.09	0.08	0.05	0.32	0.06
Максимальная грузоподъемность погрузочного устройства, кг	0.2	0.21	0.20	0.22	0.20	1.03	0.21
Максимальная масса трелеваемого пакета.кг	0.2	0.21	0.20	0.22	0.20	1.03	0.21
90% ресурс до первого капитального ремонта, мото-час	0.15	0.12	0.09	0.10	0.18	0.64	0.12
Максимальное тяговое усилие лебедки, кН	0.05	0.03	0.04	-0.07	0.04	0.23	0.05
Эксплуатационная мощность дизеля, (л.с.)	0,08	0,10	0,06	0,08	0,07	0,39	0,08
Удельный расход топлива дизеля, г/кВт*ч	0,19	0,17	0,20	0,22	0,18	0,96	0,19
Среднее удельное давление на почву, кПа	0,15	0,19	0,22	0,18	0,18	0,92	0,18
Производительность на плотной почве(чизельный плуг) при заглублении 23 см., га/ч	0,20	0,20	0,18	0,20	0,22	1	0,20
Производительность на обработанной почве(культиватор) при заглублении 10 см., га/ч	0,20	0,20	0,18	0,20	0,22	1	0,20
90% ресурс до капитального ремонта, мото-час	0,18	0,14	0,16	0,12	0,13	0,73	0,15

ПРИЛОЖЕНИЕ К
Экспертные оценки эксплуатационно-технических
характеристик трелевочных машин

1	2	3	4	5	6	7	8
Сумма оценок по ТТ-4М, ООО «СМК»	40	37	44	44	39	35	38
Средний балл по ТТ-4М, ООО «СМК»	8	7,4	8,8	8,8	7,8	7	7,6
Сумма оценок по ТДТ-55А, ОАО «ОТЗ»	27	37	31	24	21	25	22
Средний балл по ТДТ-55А, ОАО «ОТЗ»	5,4	7,4	6,2	4,8	4,2	5	4,4
Сумма оценок по D5H, США	34	43	28	38	27	26	28
Средний балл по D5H, США	6,8	8,6	5,6	7,6	5,4	5,2	5,6

ПРИЛОЖЕНИЕ Л
Экспертные оценки коэффициентов весомости двух факторов
конкурентоспособности: эксплуатационно-технических
характеристик и цены

Факторы конкурентно-способности	Эксперты					ИТО ГО	Средний балл
	Конструктор	Маркетолог 1	Маркетолог 2	Экономист	Технолог		
Эксплуатационно-технические характеристики	0,2	0,25	0,3	0,15	0,2	1,1	0,22
Цена	0,8	0,75	0,7	0,85	0,8	3,9	0,78

ПРИЛОЖЕНИЕ М
Экспертные оценки факторов конкурентоспособности
трелевочных машин

Факторы конкурентоспособности, машины		Эксперты					ИТО-ГО	Средний балл
		Конструктор	Маркетолог 1	Маркетолог 2	Экономист	Технолог		
ООО «СМК» ТТ-4М	Эксплуатационно-технические характеристики	9	8	8	9	8	42	8,4
	Цена	5	6	5	5	5	26	5,2
ОАО "ОТЗ", ТДТ-55А	Эксплуатационно-технические характеристики	4	5	4	4	5	22	4,4
	Цена	7	8	9	9	9	42	8,4
D5H, США	Эксплуатационно-технические характеристики	6	7	7	8	7	35	7
	Цена	2	3	3	2	1	11	2,2

ПРИЛОЖЕНИЕ Н

Экспертные оценки эксплуатационно-технических характеристик сельскохозяйственных тракторов

Эксперт, машина, завод		Наименование показателя					90% ресурс до капитального ремонта, моточас
		Эксплуатационная мощность дизеля, (л.е.)	Удельный расход топлива дизеля, г/кВт*ч	Среднее удельное давление на почву	Производительность на плотной почве (чизельный плуг) при заглублении 23 см., га/ч	Производительность на обработанной почве (культиватор) при заглублении 10 см., га/ч	
1		2	3	4	5	6	7
Конструктор	Т-4 А, АО «Руби»	4	7	8	4	3	4
	ДТ-75, ОАО «Вг.ТЗ»	3	9	7	3	2	3
	К-700А, ЗАО «ИТЗ»		3	5	7	6	9
	Чслленджер-65, США	8	4	9	9	9	8
Маркетолог 1	Т-4 А, ООО «СМК»	4	8	8	3	3	4
	ДТ-75, ОАО «Вг.ТЗ»	3	8	7	2	2	3
	К-700А, ЗАО «ИТЗ»	9	3	4	8	5	9
	Чслленджер-65, США	8	5	9	9	8	8
Маркетолог 2	Т-4А, ООО «СМК»	5	6	8	4	4	5
	ДТ-75, ОАО «Вг.ТЗ»	4	8	6	2	2	3
	К-700А, ЗАО «ИТЗ»	9	2	4	7	5	9
	Челленджер-65.	8	3	9	8	8	7
Экономист	Т-4А, ООО «СМК»	5	7	9	5	3	6
	ДТ-75, ОАО «ВГ.ТЗ»	3	9	6	2	2	3
	К-700А. ЗАО «ИТЗ»	9	1	3	7	6	9
	Челленджер-65, США	7	2	10	9	9	7

Продолжение приложение Н-Экспертные оценки эксплуатационно-технических характеристик сельскохозяйственных тракторов

Эксперт, машина, завод		Наименование показателя					90% ресурс до капитального ремонта, моточас
		Эксплуатационная мощность дизеля, (л.е.)	Удельный расход топлива дизеля, г/кВт*ч	Среднее удельное давление на почву	Производительность на плотной почве (чизельный плуг) при заглублении 23 см., га/ч	Производительность на обработанной почве (культиватор) при заглублении 10 см.,	
1		2	3	4	5	6	7
Технолог	Т-4А, ООО «СМК»	5	7	7	5	3	6
	ДТ-75, ОАО «Вг.ТЗ»	3	9	5	3	2	4
	К-700А, ЗАО «ПТЗ»	9	1	2	7	6	9
	Челленджер-65, США	8	2	9	9	9	6
Сумма оценок по Т-4А, ООО «СМК»		23	35	40	21	16	25
Средний балл по Т-4А, ООО «СМК»		4,6	7	8	4,2	3,2	5
Сумма оценок по ДТ-75, ОАО «Вг.ТЗ»		16	43	31	12	10	16
Средний балл по ДТ-75, ОАО «Вг.ТЗ»		3,2	8,6	6,2	2,4	2	3,2
Сумма оценок по К-700А, ЗАО «ПТЗ»		45	10	18	36	28	45
Средний балл по К-700А, ЗАО «ПТЗ»		9	2	3,6	7,2	5,6	9
Сумма оценок по Челленджер-65, США		39	16	46	44	43	36
Средний балл по Челленджер-65, США		7,8	3,2	9,2	8,8	8,6	7,2

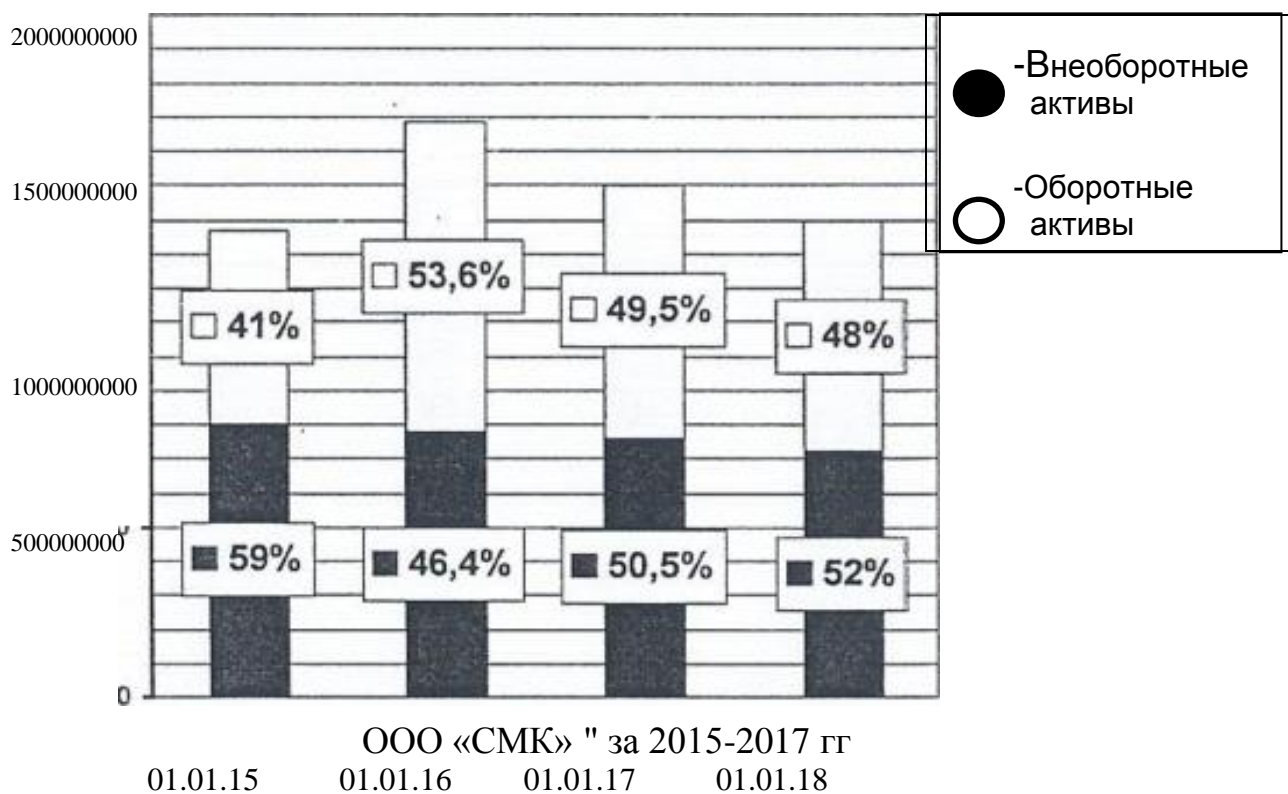
ПРИЛОЖЕНИЕ О
Экспертные оценки факторов конкурентоспособности пахотных машин

Факторы конкурентоспособности, машины		Эксперты					ИТОГО	Средний балл
		Конструктор	Маркетолог 1	Маркетолог 2	Экономист	Технолог		
ООО «СМК», Т-4А	Эксплуатационно-технические характеристики	5	5	6	5	6	27	5,4
	Цена	7	8	7	6	8	36	7,2
ОАО "Вг.ТЗ", ДТ-75	Эксплуатационно-технические характеристики	3	4	3	3	4	20	4
	Цена	9	9	8	9	9	44	8,8
ЗАО "ПТЗ", К-700А	Эксплуатационно-технические характеристики	7	8	7	6	7	35	7
	Цена	5	5	4	5	4	23	4,6
Челленджер-65, США	Эксплуатационно-технические характеристики	9	8	9	9	8	43	8,6
	Цена	2	2	1	2	1	8	1,6

ПРИЛОЖЕНИЕ П
Смета на ремонт с заменой отдельных узлов на новые или
реставрацию тракторов ООО «СМК» (тыс.руб)

Статьи затрат	Т-4А		ТТ-4М	
	Сумма при ремонте трактора с заменой отдельных узлов, агрегатов на новые	Сумма при реставрации трактора	Сумма при ремонте трактора с заменой отдельных узлов, агрегатов на новые	Сумма при реставрации трактора
Замена (ремонт) двигателя	126	52	126	50
Замена (ремонт) ходовой части	93	46	122	58
Замена (ремонт) силового блока	122	53	126	53
Замена гусеничных лент	16	16	28	28
Замена (ремонт) кабины и оперения	35	11	47	11
Частичная замена и ремонт гидронавески задней	12	12	-	-
Малярные работы	-	5	-	8
Заработная плата рабочим	4	4	6	6
Замена гидроцилиндра и лебедки	-	-	51	51
Замена раздаточной коробки	-	-	27	27
Прочие затраты (метизы, ГСМ, пар, вода, электроэнергия)	1,6	2,2	2,4	2,8
Итого	409,6	201,2	535,4	294,8
Продажная цена	450	300	650	590

ПРИЛОЖЕНИЕ Р
График 1. Структура актива баланса



ПРИЛОЖЕНИЕ С

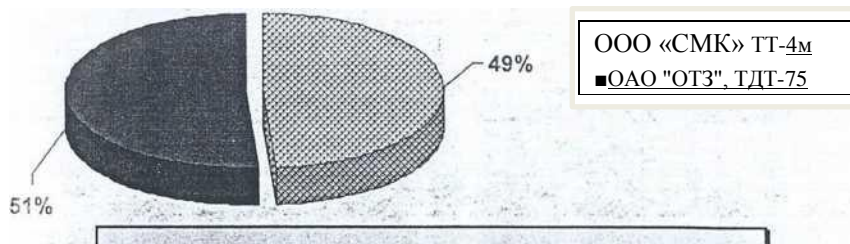


Рис.1.1. Доля рынка продукции заводов, выпускающих трелевочные тракторы за 2015 год

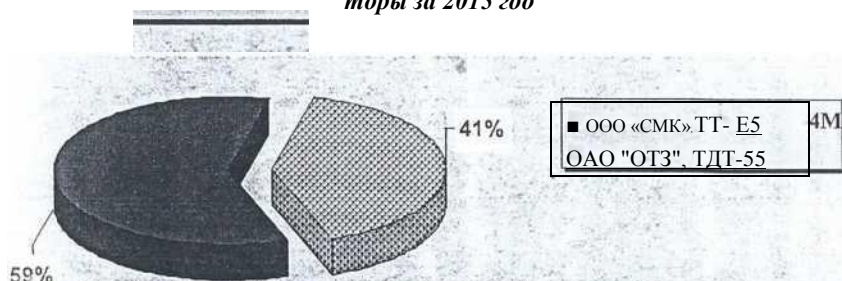


Рис.1.2. Доля рынка продукции заводов, выпускающих трелевочные тракторы за 2016 год

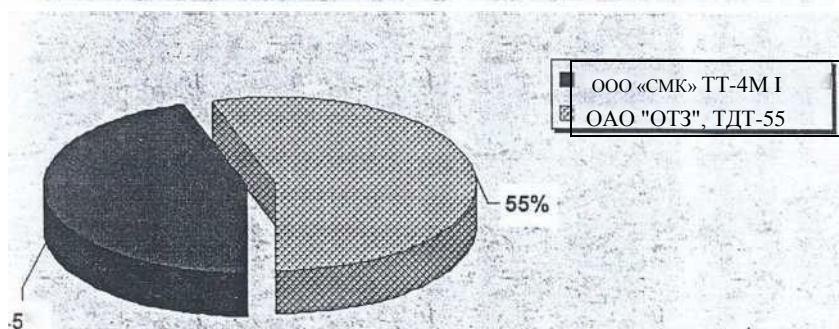


Рис.1.3. Доля рынка продукции заводов, выпускающих трелевочные тракторы за 2002 год

ПРИЛОЖЕНИЕ Т

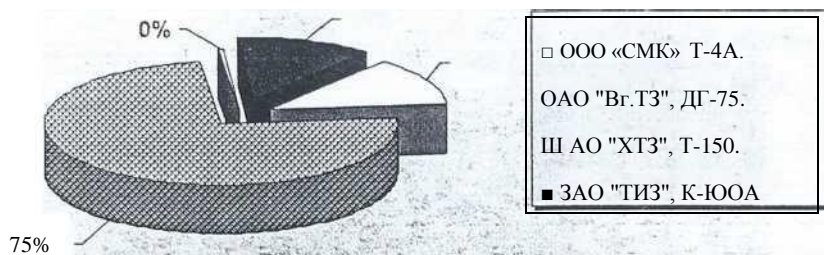


Рис.1.1. Доля рынка продукции заводов, выпускающих пахотные тракторы за 2015 год

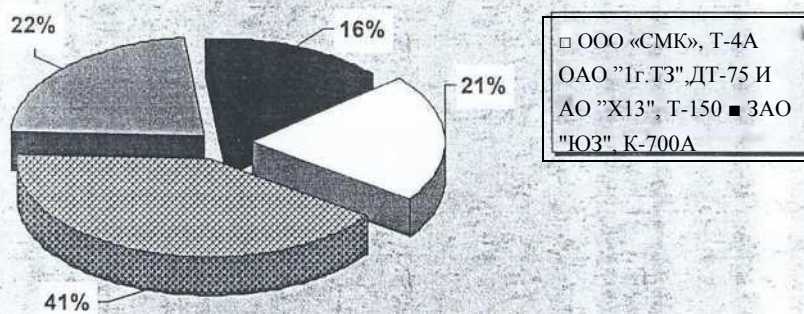


Рис.1.2. Доля рынка продукции заводов, выпускающих пахотные тракторы за 2016 год

