

Литература

1 Субботина, Т. Н. Кадровая безопасность в структуре экономической безопасности: сущность и методология оценки [Электронный ресурс] / Т. Н. Субботина // Электронный научный журнал «Вектор Экономики». – 2022. – № 9. – Режим доступа: <http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2022/9/economicsmanagement/Subbotina.pdf>. – Дата доступа: 20.04.2023.

2 Цветкова, И. И. Алгоритм оценки кадровой безопасности на основе индикаторного подхода [Электронный ресурс] / И. И. Цветкова // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2016. – № 3 (36). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/algorithm-otsenki-kadrovoy-bezopasnosti-naosnove-indikatornogo-podhoda>. – Дата доступа: 20.04.2023.

3 Федорова, Г. В. Оценка процесса управления персоналом в системе обеспечения экономической безопасности организации [Электронный ресурс] / Г. В. Федорова, О. Ю. Иванова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 11–3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-protsessya-upravleniyapersonalom-v-sisteme-obespecheniya-ekonomicheskoy-bezopasnostiorganizatsii>. – Дата доступа: 20.04.2023.

УДК 339.137.2 (075.8)

М. В. Цыркунова

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЧТПУП «ЭКОНОММАРКЕТ»)

Статья посвящена анализу конкурентоспособности продукции торгового предприятия. Рассмотрены методика оценки конкурентоспособности продукции, показатели экономического индекса конкурентоспособности продукции предприятия, технических индексов конкурентоспособности и обобщающего индекса конкурентоспособности. Сформулирована необходимость повышения конкурентоспособности продукции за счет улучшения товарной и маркетинговой политики.

Конкурентоспособность продукции является решающим фактором ее коммерческого успеха. Это многоаспектное понятие, означающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим и другим характеристикам, но и по коммерческим условиям его реализации. Анализ конкурентоспособности товара должен происходить систематически, в тесной привязке к фазам его жизненного цикла, чтобы своевременно отслеживать момент начала снижения показателей конкурентоспособности и принимать соответствующие управленческие решения [1, с. 183].

Анализ конкурентоспособности продукции производится в следующей последовательности: анализ рынка и выбор наиболее конкурентоспособного товара, то есть образца в качестве базы для сравнения; определение показателей потребительских свойств (по группам и единичных), по которым предполагается сравнение; расчет коэффициента значимости групповых показателей конкурентоспособности; оценка показателей конкурентоспособности; расчет относительных, комплексных и обобщающего показателей конкурентоспособности [1, с. 190].

Для оценки конкурентоспособности продукции ЧТПУП «ЭкономМаркет», расположенном в г. Жлобине Гомельской области, определяется ценовой индекс продукции торгового предприятия и его основных конкурентов по основным товарным группам (таблица 1).

Из данных таблицы 1 следует, что для двух из трех предприятий-конкурентов характерна более низкая конкурентоспособность по цене товаров, что объясняется более высокой их известностью на рынке и возможностью устанавливать более высокую цену продукции.

Таблица 1 – Определение ценового (экономического) индекса конкурентоспособности продукции ЧТПУП «ЭкономМаркет», руб.

Наименование товара	ЧТПУП «ЭкономМаркет»	Магазин «Спутник»	«Магазин № 28»	Магазин «Мерси»	Индекс продукции	Индекс магазина
Мясная продукция	23,57	24,48	24,56	23,55	1,255	1,277
Хлебобулочная продукция	1,18	1,63	1,78	0,96	1,381	1,508
Кондитерские изделия	5,86	6,32	6,17	6,05	1,161	1,108
Среднее	–	–	–	–	1,266	1,298

Расчет технического индекса конкурентоспособности проводится на основе таких параметров, как товарная политика, каналы продаж и коммуникаций, а также параметры качества продукции.

В таблице 2 представлена оценка параметра «Товарная политика».

Таблица 2 – Комплексная оценка параметра «Товарная политика»

Предприятие	Кол-во товарных групп, ед.	Уд. вес новой продукции, %	Глубина ассортимента, ед.	Среднее значение
ЧТПУП «ЭкономМаркет»	6	55	65	–
«Магазин Спутник»	7	65	72	–
«Магазин № 28»	7	55	69	–
Магазин «Мерси»	4	65	51	–
ЧТПУП «ЭкономМаркет»	0,86	0,73	0,90	0,83
Магазин «Спутник»	1,00	0,87	1,00	0,96
«Магазин № 28»	1,00	0,73	0,96	0,90
Магазин «Мерси»	0,57	0,87	0,71	0,72

Определение среднего относительного индекса производится по следующему алгоритму:

– в изучаемой группе показателей выбирается наибольшее число (например, «Количество товарных групп» – 7), что свидетельствует о наилучшем уровне развития среди всех предприятий;

– для каждого предприятия в пределах группы их фактическое значение соотносится с максимальным (по группе «Количество товарных групп» для ЧТПУП «ЭкономМаркет»: $6 / 7 = 0,86$);

– после аналогичных расчетов по каждой группе находится средний для предприятия индекс (для ЧТПУП «ЭкономМаркет»): $(0,86 + 0,73 + 0,90) / 3 = 0,83$.

В таблице 3 аналогичным образом проводится оценка параметра «Коммуникации и продажи».

Таблица 3 – Комплексная оценка параметра «Коммуникации и продажи»

Предприятие	Каталог и онлайн конструктор, баллы	Мобильность измерителя, дизайнера, баллы	Реклама и маркетинг, баллы	Среднее значение
ЧТПУП «ЭкономМаркет»	4	4	3	–
Магазин «Спутник»	5	5	5	–
«Магазин № 28»	4	3	5	–
Магазин «Мерси»	3	4	2	–
ЧТПУП «ЭкономМаркет»	0,4	0,4	0,4	0,4
Магазин «Спутник»	1,0	1,0	1,0	1,0
«Магазин № 28»	0,8	0,6	1,0	0,8
Магазин «Мерси»	0,6	0,8	0,4	0,6

Полученные результаты показывают, что как по показателю товарной политики, так и по оценке уровня развития коммуникаций и продаж ЧТПУП «ЭкономМаркет» уступает позиции магазинам «Спутник» и «Магазин № 28», для которых характерны более высокие обобщающие показатели.

Еще одним аспектом, определяющим в итоге конкурентоспособность реализуемой предприятием продукции, является ее качество. Поэтому в таблице 4 проанализирован параметр «Качество продукции».

Таблица 4 – Комплексная оценка параметра «Качество продукции»

Предприятие	Сертификаты и ГОСТы, ед.	Работа с рекламациями, баллы	Внедрение новых технологий	Среднее значение
ЧТПУП «ЭкономМаркет»	6	4	3	–
Магазин «Спутник»	5	5	5	–
«Магазин № 28»	7	3	3	–
Магазин «Мерси»	1	4	3	–
ЧТПУП «ЭкономМаркет»	0,86	0,80	0,60	0,75
Магазин «Спутник»	0,71	1,00	1,00	0,90
«Магазин № 28»	1,00	0,60	0,60	0,73
Магазин «Мерси»	0,14	0,80	0,60	0,51

Как показывают данные таблицы 4, уровень конкурентоспособности ЧТПУП «ЭкономМаркет» по изучаемому параметру составляет 0,75 балла при том, что у лидера (магазин «Спутник») этот показатель составляет 0,8. То есть по параметру «Качество продукции» ЧТПУП «ЭкономМаркет» показывает достаточно высокие результаты.

В таблице 5 представлена обобщающая информация о совокупном техническом индексе конкурентоспособности рассматриваемых предприятий.

Таблица 5 – Общий технический индекс конкурентоспособности

Предприятие	Коммуникации и продажи	Товарная политика	Качество продукции	Среднее значение
ЧТПУП «ЭкономМаркет»	0,83	0,4	0,75	0,66
Магазин «Спутник»	0,96	1,0	0,90	0,95
«Магазин № 28»	0,90	0,8	0,73	0,81
Магазин «Мерси»	0,72	0,6	0,51	0,61

Среди рассматриваемых конкурентов наибольшим показателем, равным 0,95 балла, характеризуется магазин «Спутник», более конкурентоспособным по техническим параметрам является «Магазин № 28» с показателем в 0,81 балла. ЧТПУП «ЭкономМаркет» находится по уровню конкурентоспособности продукции на третьем месте с показателем 0,66, занимая более низкую конкурентную позицию на рынке.

Для обобщения полученных оценок и использования их при расчете обобщающего показателя конкурентоспособности следует учитывать значимость изучаемых параметров на основе ранжирования рассмотренных параметров.

Расчет обобщающего показателя конкурентоспособности для ЧТПУП «ЭкономМаркет» с учетом полученных коэффициентов весомости оцениваемых критериев и их ранжирования приводится в таблице 6.

Таблица 6 – Взвешенная оценка конкурентоспособности ЧТПУП «ЭкономМаркет»

Критерий оценки	ЧТПУП «ЭкономМаркет»	Магазин «Спутник»	«Магазин № 28»	Магазин «Мерси»	Весомость
1 Товарная политика	3	5	4	3	0,200
2 Технология производства	4	5	4	4	0,178
3 Маркетинг и продвижение	3	5	5	3	0,156
4 Производственная гибкость	3	5	4	3	0,133
5 Отсрочка платежа	4	5	4	3	0,111
6 Известность предприятия	3	5	5	3	0,067
7 Наличие доп. источников финансирования	2	4	5	2	0,044
8 Темпы роста бизнеса	3	5	4	2	0,022
Итого	3,25	4,96	4,36	3,11	–

Полученные результаты оценки для ЧТПУП «ЭкономМаркет» также характеризуются третьей позицией из четырех сравниваемых предприятий.

Согласно результатам анализа уровень конкурентоспособности ЧТПУП «ЭкономМаркет» как непосредственно по основным группам продукции, так и в целом характеризуется невысокой позицией, а ключевыми факторами недостаточной конкурентоспособности являются низкая интенсивность маркетинга и продвижения продукции, недостаточный уровень развития товарной политики.

Таким образом, для ЧТПУП «ЭкономМаркет» важным является поиск путей и резервов повышения конкурентоспособности продукции за счет улучшения товарной и маркетинговой политики предприятия.

Литература

1 Пугачёва, О. В. Маркетинг инноваций: региональный аспект : монография / О. В. Пугачева. – Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2005. – 238 с.

УДК 336.225.2

М. Е. Шишковец

ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОНТРОЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НАЛОГОВЫХ ОРГАНОВ

В статье анализируется информация о количестве и видах проверок, осуществленных инспекцией Министерства по налогам и сборам по Железнодорожному району г. Гомеля в 2019–2021 гг., в том числе по видам плательщиков. Результаты анализа сопоставляются с объемами доначисленных налогов и штрафных санкций, а также с количеством плательщиков, устранивших нарушения.

В Республике Беларусь постоянно осуществляются мероприятия по совершенствованию налоговой политики и налогового механизма, вводятся современные методы налогового администрирования, упрощаются способы взаимодействия плательщиков с налоговыми органами. Особое внимание уделяется профилактике налоговых нарушений, повышению финансовой грамотности и налоговой культуры общества. Совершенствуется процесс осуществления налоговых проверок, позволяющих вовремя выявить и устранить нарушения налогового законодательства, доначислить налоги, повысить налоговый потенциал, реализовать принципы функционирования налоговой системы, сформировать бюджет.

Так, количество проведенных проверок инспекцией Министерства по налогам и сборам по Железнодорожному району г. Гомеля за 2019–2021 гг. представим результаты в таблице 1.

Таблица 1 – Количество проведенных проверок ИМНС по Железнодорожному району г. Гомеля за 2019–2021 гг.

Виды проверок	Количество проверок, шт.			Отклонение (+;-)		
	2019 год	2020 год	2021 год	2021 года от 2019 года	2021 года от 2020 года	2020 года от 2019 года
1	2	3	4	5	6	7
Действительные в том числе:	145	164	206	61	42	19
– юридические лица	11	23	19	8	–4	12
– индивидуальные предприниматели	10	5	5	–5	–	–5
– физические лица	124	136	182	58	46	12
Ликвидные	221	36	20	–201	–16	–185
Камеральные	137	157	200	63	43	20