

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ ИЗДЕЛИЙ ИЗ ПВХ ПРОФИЛЯ

О.В. ЛАЗАРЕВА, Т.Г. НЕЧАЕВА, С.Л. КОМАРОВА

Within this research, the monitoring of the competition in the market of polyvinylchloride (PVC) profile structures has been carried out and competitive advantages of Mogilev enterprises specializing in this field have been evaluated. Based on the monitoring of competitors and in line with the concept of business development, the enterprise under study has been offered to purchase new equipment to expand the range of services offered in the market. Possible ways of raising funds for the reproduction of long-term assets have been analyzed and the most effective mechanism of funding has been selected by using the costs criterion

Ключевые слова: конкурентоспособность, маркетинговое исследование, уровень конкурентоспособности предприятия

В условиях рыночной экономики увеличивается значение конкуренции как основного механизм регулирования хозяйственного процесса.

Информация о конкурентах: их преимуществах и недостатках, стратегиях и проводимых мероприятиях, – определяет успешность компании в долгосрочной перспективе. В настоящее время проблема повышения конкурентоспособности занимает центральное место в экономической политике страны, и она касается всех уровней ее иерархии, но особую важность приобретает конкурентоспособность предприятия как основного звена экономики. Методологически неразрывно связанной с решением проблемы повышения конкурентоспособности предприятия является оценка его конкурентоспособности, поскольку только на основе такой оценки могут быть сделаны выводы о степени конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

Основной целью оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта является выявление сильных и слабых сторон предприятия, укрепление первых и устранение последних.

На рынке Могилевской области представлено более 40 компаний производителей изделий из ПВХ профиля. Мониторинг рынка изделий из ПВХ профиля показал, что конкурентами объекта ис-

следования ЧТУП «Голден гейт» являются десять предприятий (пять предприятий производят стеклопакеты, два специализируются на арках, три предприятия ламинируют профиль); наиболее популярной маркой профиля среди производителей является Brusbox, маркой фурнитуры – Elementis; производят сопутствующие товары к окнам восемь предприятий; по расчетам предоставляют рассрочку от 3 до 6 месяцев шесть субъектов рынка, кредит предоставляют пять организаций; наибольший спектр оказываемых услуг предлагается ЧТПУП «Авансум»; в электронных торгах участвует только две организации.

По результатам бальной оценки конкурентов ЧТУП «Голден гейт» разместилось на пятом месте с суммой баллов 28, первое место – ЧТПУП «Авансум» (47 баллов), последнее десятое – ООО «Гелиопласт» (20 баллов).

На основании мониторинга конкурентов и в соответствии с концепцией развития бизнеса было предложено приобретение нового оборудования, позволяющего расширить спектр предлагаемых услуг с целью наиболее полного удовлетворения спроса населения и завоевания большей доли рынка.

Проведен сравнительный анализ приобретения имущества за счет банковского кредита и договора финансового лизинга. В результате оценки выбора способа финансирования вложений в основной капитал, и сравнения затрат в случае приобретения установки для окраски профиля Szilank в кредит и по договору финансового лизинга выявлено, что дисконтированная величина потока платежей в случае лизинга меньше, чем при покупке оборудования за счет банковского кредита. Экономия средств, при использовании лизинговой схемы составит 97 784 414 р. (326 456 554 р. – 228 672 140 р.).

Оценка конкурентоспособности ЧТУП «Голден гейт» на основе метода многокритериальной оптимизации, позволила сделать вывод об удовлетворительном уровне конкурентоспособности предприятия.