

6. *Латур Б.* Когда вещи дают отпор: возможный вклад «науковедения» в социальные науки // Социологическое обозрение. – 2001. – Т. 1, № 1. – С. 44-50.
7. Проект Концепции долгосрочного прогноза научно-технологического развития Российской Федерации на период до 2025 года». Материалы рабочей группы. – М., 2006. – С. 238.
8. *Косарев В.В., Прайд В.В.* Влияние высоких технологий на ход глобализации: надежды и опасения // Новые технологии и продолжение эволюции человека. – М.: Институт Африки РАН, 2007. – С. 90-109.
9. *Финман Дж.* Второй шанс // National geographic. – 2010. – Февраль. – С. 120-129.

Статью рекомендовал к опубликованию д.ф.н., профессор В.С. Поликарпов.

**Дедюлина Марина Анатольевна**

Технологический институт федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Южный федеральный университет» в г. Таганроге.

E-mail: Ded@tagan.org.ru.

347900, г. Таганрог, ул. Фрунзе 55, кв. 105.

Тел.: 88634610816.

Кафедра философии; доцент; к.ф.н.; доцент.

**Dedyulina Marina Anatol'evna**

Taganrog Institute of Technology – Federal State-Owned Autonomy Educational Establishment of Higher Vocational Education “Southern Federal University”.

E-mail: Ded@tagan.org.ru.

105, 55, Frunze Street, Taganrog, 347900, Russia.

Phone: +78634610816.

The Department of Philosophy; Dr. of Phil. Sc.; Associate Professor.

УДК 65.30

**В.Д. Сербин, И. В. Макарова**

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ КОМПЛЕКСНОЙ МОДЕЛИ  
ЭКСПРЕСС-ОЦЕНКИ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ  
ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Предложена модель анализа уровня конкурентоспособности предприятия, где комплексно учитывается эффективность работы предприятия по таким направлениям как производство, финансовое управление и сбыт. Показано практическое использование модели на основе данных бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках предприятия и выполнен сравнительный анализ эффективности деятельности по этим направлениям.*

*Комплексная модель; эффективность производства; эффективность финансов; эффективность сбыта; результаты сравнительного анализа.*

**V.D. Serbin, I.V. Makarova**

**PRACTICAL APPLICATION OF COMPLEX MODEL FOR  
EXPRESS-EVALUATION OF COMPETITIVENESS LEVEL OF ENTERPRISE**

*In the article the model of the analysis of competitiveness level of the enterprise is offered where are in a complex considered overall performance of the enterprise for directions: production, a finance administration and sales. Practical use of model under the accounting data of the enterprise is shown and the comparative performance analysis of activity is executed in these directions.*

*Complex model; production efficiency; efficiency of the finance; efficiency of sales; results of the comparative analysis.*

Уровень конкурентоспособности предприятия многие исследователи определяют как результат комплексного анализа ключевых факторов успеха (КФУ). В составе таких факторов традиционно рассматриваются следующие: качество и потребительские свойства продукции, репутация предприятия (имидж), использование современных технологий, дилерская сеть и возможности распространения, инновационные возможности (финансовые ресурсы и эффективность финансовой деятельности), превосходство в ценовой политике в сочетании с продуктовой, уровень сервиса для потребителей и дилеров.

Указанный перечень КФУ включает как стратегические параметры, так и текущие и именно это вызывает многочисленные затруднения при попытке аналитически рассчитать уровень конкурентоспособности предприятия. В данной работе предлагается комплексная модель оценки уровня конкурентоспособности, которая использует переменные, являющиеся либо непосредственным аналогом КФУ, либо типовой формой КФУ.

За основу в данной работе использована модель вида [1]:

$$K_0 = 0,15\mathcal{E}_\Pi + 0,29\Phi_\Pi + 0,23\mathcal{E}_C + 0,33A_T \quad (1)$$

где  $K_0$  – оценка уровня конкурентоспособности предприятия,  $\mathcal{E}_\Pi$  – показатель эффективности производства,  $\Phi_\Pi$  – показатель, определяющий финансовое положение предприятия,  $\mathcal{E}_C$  – показатель эффективности сбытовой деятельности предприятия,  $A_T$  – комплексный показатель, задающий для товарного ассортимента качественные и потребительские свойства товара.

Рассмотрим более подробно каждый из показателей формулы (1). Эффективность производственной деятельности предприятия определим по формуле [1]:

$$\mathcal{E}_\Pi = 0,31I_y + 0,19\Phi_O + 0,4P_\Pi + 0,1\Pi_T, \quad (2)$$

где  $I_y$  – удельные издержки в производстве продукции,  $\Phi_O$  – фондоотдача основных производственных фондов предприятия,  $P_\Pi$  – рентабельность производства предприятия,  $\Pi_T$  – производительность труда на предприятии.

Значение комплексного показателя  $\Phi_\Pi$ , задающего финансовое положение предприятия, определим по формуле

$$\Phi_\Pi = 0,29K_A + 0,2K_\Pi + 0,36K_T + 0,15K_{OB}, \quad (3)$$

где  $K_A$  – коэффициент абсолютной ликвидности,  $K_\Pi$  – коэффициент платежеспособности предприятия,  $K_T$  – коэффициент текущей ликвидности,  $K_{OB}$  – коэффициент оборачиваемости оборотных средств.

Значение комплексного показателя  $\mathcal{E}_C$ , задающего сбытовую деятельность предприятия, определим по формуле

$$\mathcal{E}_C = 0,37P_\Pi + 0,29K_3 + 0,21K_M + 0,14K_P, \quad (4)$$

где  $P_\Pi$  – рентабельность продаж,  $K_3$  – коэффициент затоваренности готовой продукции,  $K_M$  – коэффициент использования производственных мощностей,  $K_P$  – коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта.

Анализ показателей модели конкурентоспособности (1), показывает, что полнота оценочных параметров модели превосходит все аналоги, предлагаемые многими исследователями. Вошедшие в (1) показатели  $\mathcal{E}_\Pi$ ,  $\Phi_\Pi$  и  $\mathcal{E}_C$  имеют одно существенное характерное свойство, а именно: они полностью определяются данными баланса предприятия (см. формулы (2)–(4)). Это свойство, по мнению авторов, является решающим, так как эти показатели обладают наибольшей объективностью и достоверностью.

Однако этим свойством не обладает показатель  $A_T$ . Кроме того, его практически невозможно рассчитать для многономенклатурного производства. Чтобы устранить этот недостаток в данной работе предлагается следующая форма модели оценки конкурентоспособности предприятия:

$$K_o = 0,26Э_{п} + 0,4Ф_{п} + 0,34Э_{с}. \quad (5)$$

Эта модель, как и исходная вида (1), удовлетворяет условию нормирования коэффициентов важности по направлениям деятельности предприятия. Модель (5) была практически применена для оценки конкурентоспособности предприятий пищевой, металлургической и машиностроительной отрасли, и показала хорошие результаты, а именно:

- ◆ она позволяет легко проанализировать темпы изменения входящих в формулы (2)–(4) переменных, что имеет исключительную важность для принятия корректирующих управленческих решений;
- ◆ используя интегральный показатель  $K_o$  и оценку качества продукции (это может быть либо ведущая продукция, либо условный вид продукции [2]), маркетолог может легко построить карту позиционирования товара [3];
- ◆ проведя расчеты  $K_o$  за несколько лет, менеджер может получить график изменения конкурентоспособности предприятия внутри стратегического планового периода и по результатам анализа внести необходимые корректировки в текущие и стратегические планы;
- ◆ проведя расчеты показателей  $Э_{п}$ ,  $Ф_{п}$  и  $Э_{с}$  и построив соответствующие графики, менеджер легко может проанализировать сильные и слабые стороны предприятия при разработке новой стратегической программы.

Рассмотрим пример применения модели (1) на практике.

Численные данные берем в соответствующих статьях бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках (табл. 1).

Таблица 1

## Исходные данные

Исходные данные	Код баланса	Начало года	Конец года
Полная стоимость, тыс. руб.	ф2 020	843	1234
Выручка, тыс. руб.	ф2 010	1340	1879
Стоимость ОПФ, тыс. руб.	ф1 120	930	930
Валовая прибыль, тыс. руб.	ф2 029	497	645
Собственный капитал, тыс. руб.	ф1 490	497	1079
Заемный капитал, тыс. руб.	ф1 (590+610)	450	700
Денежные средства, тыс. руб.	ф1 260	16	172
Краткосрочные активы, тыс. руб.	ф1 620	235	303
Текущие активы, тыс. руб.	ф1 (290-230)	252	788
Краткосрочная дебиторская задолженность, тыс. руб.	ф1 240	41	36
Оборотные активы, тыс. руб.	ф1 290	252	788
Коммерческие расходы, тыс. руб.	ф2 (030+100)	123	219
Среднесписочная численность		26	25

Результаты моделирования приведены в табл. 2.

Таблица 2

## Результаты моделирования

Показатели	Начало года	Конец года
1. Удельные затраты, руб./ед.	0,629	0,657
2. Фондоотдача, руб./ед.	1,441	2,020
3. Рентабельность продукции, руб./ед.	0,590	0,523
4. Производительность труда, руб./ед.	51,54	75,16
5. Коэффициент абсолютной ликвидности, руб.	0,068	0,568
6. Коэффициент платежеспособности, руб.	1,104	1,541
7. Коэффициент текущей ликвидности, руб.	1,072	2,601
8. Рентабельность продаж, руб.	0,371	0,343
9. Коэффициент затоваренности, руб.	0,163	0,046
10. Эффективность рекламы, руб.	0,218	0,172
11. Коэффициент использования мощности, руб.	0,80	0,81

По полученным данным можно увидеть, что показатели по удельным затратам, фондоотдачи и производительности труда увеличились, а вот рентабельность продукции снизилась. Комплексный показатель эффективности производства составил  $\mathcal{E}_\Pi = 5,858$  на начало года и  $\mathcal{E}_\Pi = 8,313$  на конец года. Причем этот рост в значительной степени обеспечивается ростом производительности труда.

Комплексный показатель финансового управления составляет  $\Phi\Pi = 5,529$  на начало года и  $\Phi\Pi = 9,238$  на конец года.

В деятельности любого предприятия существенное значение имеет правильная организация товародвижения или сбытовая политика. Именно маркетинг и логистика концентрируют результат всех предыдущих усилий предприятия. Произошло снижение рентабельности продаж, которая характеризует степень прибыльности работы организации на рынке и принятой ценовой политики. Снизился коэффициент затоваренности. Рост коэффициента затоваренности означает снижение спроса. В нашем же случае, снижение коэффициента затоваренности говорит об увеличении спроса на продукцию. Снизился также коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта. Данный коэффициент характеризует экономическую эффективность от проведения рекламной политики. Возрос коэффициент использования мощности, который характеризует деловую активность организации, эффективность работы службы сбыта. Комплексный показатель эффективности сбыта составил  $\mathcal{E}_C = 0,383$  на начало года и  $\mathcal{E}_C = 0,334$  на конец года.

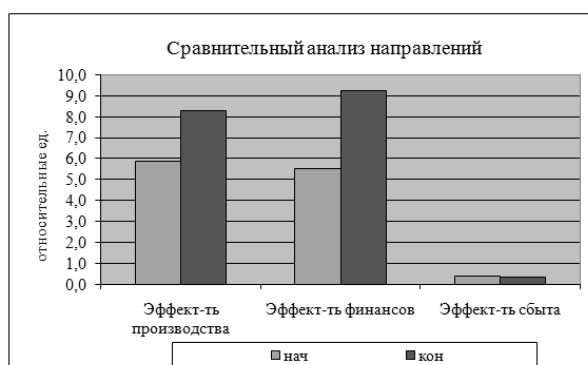


Рис. 1. Сравнительный анализ направлений

Полученные результаты по отдельным направлениям позволяют промоделировать изменение конкурентоспособности предприятия. Видим (см. рис. 1), что

произошло повышение эффективности управления производственными и финансовыми процессами. Однако снизилась эффективность управления сбытом.

После подстановки соответствующих данных в (1) получим, что уровень конкурентоспособности предприятия составляет  $K_0 = 3,865$  на начало года и  $K_0 = 5,970$  на конец года. Можем сделать вывод о том, что в целом для предприятия эффективность управления повысилась на 2,1 %.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Максимов И.А.* Оценка конкурентоспособности предприятия // Маркетинг. – 1996. – № 3. – С. 33-39.
2. *Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х.* Маркетинг. – СПб.: Питер, 2007. – 723 с.
3. *Хруцкий В.Е., Корнеева И.В.* Современный маркетинг. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 528 с.

Статью рекомендовал к опубликованию д.э.н., доцент Т.В. Чернова.

**Сербин Виктор Дмитриевич**

Технологический институт федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Южный федеральный университет» в г. Таганроге.

E-mail: vicserbin@gmail.com.

347928, г. Таганрог, ул. Энгельса, 1

Тел.: 88634371704.

Кафедра менеджмента; доцент.

**Макарова Ирина Владимировна**

E-mail: i.v.makarova@inbox.ru.

Тел.: +79282894534.

Кафедра менеджмента; аспирант.

**Serbin Victor Dmitrievich**

Taganrog Institute of Technology – Federal State-Owned Autonomy Educational Establishment of Higher Vocational Education “Southern Federal University”.

E-mail: vicserbin@gmail.com.

1, Engelsa Street, Taganrog, 347928, Russia.

Phone: +78634371704.

The Department of Management; Associate Professor.

**Makarova Irina Vladimirovna**

E-mail: i.v.makarova@inbox.ru.

Phone: +79282894534.

The Department of Management; Postgraduate Student.

ББК 374.00

**Е.Г. Козарук**

#### **ПРОБЛЕМЫ КОМПЕНСАЦИИ МОРАЛЬНОГО ВРЕДА В ПРАВОПРИМЕНИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ**

*Анализируется судебная практика по вопросу применения норм гражданского законодательства, о возможности возмещения морального вреда, причинённого вследствие умаления деловой репутации юридического лица. Недостаточность взаимодействия между различными ветвями судебной власти указывает на неоднозначный подход к толкованию юридической конструкции «моральный вред», что приводит не только к судебным ошибкам, но и чревато опасностью в дальнейшем дискредитировать институт компенсации морального вреда.*

*Моральный вред; юридическое лицо; прецедент; деловая репутация; нематериальный вред; репутационный вред; нематериальные убытки; диффамация.*