

Федеральное государственное образовательное
бюджетное учреждение высшего профессионального образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Факультет учетно-статистический
Направление подготовки экономика
КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА
по дисциплине «Экономика организации»

Студент Литвинова А.В
Курс 2 № группы БЭ-сп
Преподаватель Бузина Т.В.
Новороссийск 2015

Содержание

Введение

1. Конкурентоспособность предприятия и факторы, ее определяющие
2. Понятие конкурентоспособности предприятия
3. Факторы конкурентоспособности предприятия

Заключение

Задача

Список использованной литературы

Введение

Конкурентоспособность выступает важнейшим фактором обеспечения безопасности фирмы, т.е. ее выживания и его последующего эффективного развития. Высокая конкурентоспособность фирмы является гарантом получения высокой прибыли в рыночных условиях. При этом фирма имеет цель достичь такого уровня конкурентоспособности, которой помогал бы ей выживать на достаточно долговременном временной отрезке. Заинтересованность предприятий в результатах своей деятельности усиливает необходимость повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции, что требует совершенствования работы всех служб и подразделений хозяйствующего субъекта. В связи с этим в современной экономике главным направлением финансово-экономической и производственно-сбытовой стратегии каждого предприятия становится повышение конкурентоспособности для закрепления его позиций на рынке в целях получения максимальной прибыли.

В современных условиях в России происходит усиление конкуренции, вследствие чего руководители фирм находятся в постоянном поиске новых инструментов управления предприятиями и рычагов повышения конкурентоспособности.

Отечественные и зарубежные ученые внесли существенный вклад в разработку

теории конкуренции и конкурентоспособности. И как было доказано, конкуренция является движущей силой развития общества, главным инструментом экономии ресурсов. Поэтому особенно важно изучить факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособность. Следовательно, данная проблема является достаточно актуальной. Важность ее решения послужила основанием для определения цели и задачи данной работы.

1. Конкурентоспособность предприятия и факторы, ее определяющие
Организация - форма объединения людей для их совместной деятельности в рамках определенной структуры; учреждение, призванное выполнять заданные функции, решать определенный круг задач; корпорация, партнерство или частное предприятие.

Предприятие рассматривается двояким образом:

- с одной стороны -- в качестве условно неделимого и автономного агента микроэкономического уровня, поведение которого определяется в значительной мере внешней средой, а также (в совокупности с поведением других таких же агентов) способствует или препятствует изменениям этой среды;
- с другой стороны -- в качестве системы, обладающей внутренней институциональной структурой, которая активно взаимодействует с внешней аналогичной структурой.

Г.Б. Клейнер вычленяет базисное содержание понятия предприятия: «Предприятие задумывается и функционирует как непрерывно и неограниченно существующий автономный субъект экономики... это организация, в которой на систематической основе органически соединяются три вида процессов: производства продукции; реализации продукции; воспроизводства израсходованных ресурсов». С экономической точки зрения предприятие представляет собой систему, объединяющую три производственно-финансовых процесса (производство; реализация; воспроизводство) и три соответствующих им инновационных процесса. Конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность предприятия-производителя продукции соотносятся между собой как часть и целое. Возможность компании конкурировать на определенном товарном рынке непосредственно зависит от конкурентоспособности товара и совокупности экономических методов деятельности предприятия.

Часто понятие «конкурентоспособность предприятия» сводят к понятию «способность предприятия производить конкурентоспособный товар». Так, под конкурентоспособностью фирмы подразумевается способность использовать свои сильные стороны и концентрировать свои усилия в той области производства товаров или услуг, где она может занять лидирующие позиции на внутренних и внешних рынках. А. Воронов подтверждает, что «конкурентоспособность предприятия -- это его способность выпускать и продавать конкурентоспособные товары».

Однако, учитывая, что в настоящее время предприятия могут производить различные виды продукции и одновременно работать на различных товарных (отраслевых) рынках в рамках стратегий диверсификации, уровень

конкурентоспособности предприятия и уровень конкурентоспособности продукции, производимой им, не совпадают. Наличие одного или нескольких видов конкурентоспособной продукции в номенклатуре не означает еще, что предприятие тоже является конкурентоспособным. Прежде всего следует отметить, что в качестве базы для сравнения уровня конкурентоспособности предприятия используются данные по предприятиям-конкурентам, а не по производимым товарам.

Конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность организации, несмотря на их взаимообусловленность, отличаются по своей сущности:

- определяются и применимы к разным временным промежуткам (конкурентоспособность продукции определяется в любой краткий промежуток времени, а конкурентоспособность организации применима к довольно длительному периоду времени);

- конкурентоспособность организации зависит от уровня конкурентоспособности всего ассортимента продукции и эффективности каждого вида деятельности;

- конкурентоспособность продукции является необходимым, но недостаточным условием конкурентоспособности организации.

Конкурентоспособность предприятия является более сложным и обобщающим понятием по сравнению с понятием «конкурентоспособности товара».

Конкурентоспособность предприятия -- интегральная числовая характеристика, с помощью которой оцениваются достигнутые предприятием конечные результаты его деятельности в течение определенного периода. Это система элементов, каждый из которых предназначен для отражения числовой (например, балльной) оценки определенного вида потенциала. Конкурентоспособность предприятия обеспечивается за счет приобретаемых им разного рода преимуществ по сравнению с основными конкурентами, а именно: экономических, финансовых, инвестиционных, кадровых, имиджевых и т.п.

Рассмотрение конкурентоспособности организации через призму конкурентоспособности продукции -- подход, реализуемый на оперативном или тактическом уровне управления, предполагающий принятие управленческих решений, позволяющих локализовать неблагоприятную ситуацию и минимизировать возможные потери. Стратегическая же конкурентоспособность возможна при наличии у организации устойчивых управляемых конкурентных преимуществ на длительную перспективу, одним из которых является альтернативный набор стратегий конкурентоспособности организации.

Обеспечение конкурентоспособности организации предполагает три уровня: оперативный, тактический и стратегический.

Обеспечение конкурентоспособности на оперативном уровне означает обеспечение конкурентоспособности продукции. Критерием конкурентоспособности в данном случае является показатель конкурентоспособности продукции.

Конкурентоспособность на тактическом уровне характеризуется общим состоянием предприятия. Критерием конкурентоспособности в данном случае является комплексный показатель состояния предприятия.

Обеспечение конкурентоспособности на стратегическом уровне означает

обеспечение инвестиционной привлекательности предприятия. Критерием конкурентоспособности в данном случае является рост стоимости предприятия. Конкурентоспособность предприятия в самом широком смысле можно определить как способность к достижению собственных целей в условиях противодействия конкурентов. Цели, как правило, имеют временную привязку. Поэтому можно сказать, что конкурентоспособность предприятия определяется его способностью вести успешную (в отношении поставленных целей) деятельность в условиях конкуренции в течение определенной времени.

экономический рынок конкурентоспособность

2. Понятие конкурентоспособности предприятия

Конкурентоспособность организации, предприятия, фирмы -- это:

- совокупность свойств, отличающих ее от других хозяйствующих субъектов более высокой степенью удовлетворения своими товарами (работами, услугами) потребностей населения, эффективностью деятельности, возможностью и динамикой адаптации к условиям рыночной конъюнктуры, способностью к экономическому развитию на основе разработки и реализации стратегий конкурентоспособности:
- совокупность особенностей и возможностей предприятия, обеспечивающих ему победу в конкурентной борьбе с другими агентами;
- совокупность свойств субъекта, имеющего определенную долю соответствующего динамичного рынка, которая характеризует степень соответствия вырабатываемых им объектов требованиям потребителей в условиях конкуренции на свободном рынке;
- способность фирмы, компании конкурировать на рынках с производителями и продавцами аналогичных товаров посредством обеспечения более высокого качества, доступных цен, создания удобства для покупателей, потребителей;
- способность противостоять на рынке другим изготовителям и поставщикам аналогичной продукции (конкурентам) как по степени удовлетворения своими товарами или услугами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности;
- возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка. Это обобщающий показатель жизнестойкости предприятия, его умения эффективно использовать свой финансовый, производственный, научно-технический и трудовой потенциалы;
- способность фирмы выпускать конкурентоспособную продукцию, преимущество фирмы по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри страны и за ее пределами;
- способность успешно оперировать на конкретном рынке (регионе сбыта) в данный период времени путем выпуска и реализации конкурентоспособных изделий и услуг;
- превосходство организации своими товарами и услугами аналогов в конкретных сегментах рынка в определенный период времени и по потенциалу разработать, производить и продавать конкурентоспособные товары (услуги) в будущем, достигнутое без ущерба финансовому состоянию организации;

- относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной фирмы от развития конкурентных фирм по степени удовлетворения своими товарами потребности людей и по эффективности производственной деятельности. Конкурентоспособность предприятия характеризует возможности и динамику его приспособления к условиям рыночной конкуренции;
- сравнительная характеристика фирмы по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри страны и за ее пределами;
- текущее положение предприятия на рынке (в первую очередь, занимаемая доля рынка -- объем продаж в сопоставлении с общими по рынку и объемами продаж предприятий-конкурентов) и тенденции его изменения;
- уровень экономических, технических и эксплуатационных параметров, которые позволяют выдержать соперничество (конкуренцию) с другими аналогичными фирмами (предприятиями), товарами на рынке;
- комплексная характеристика предприятия, которая определяется уровнем и степенью использования своих конкурентных преимуществ и возможностью адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям внешней и внутренней среды, сохраняя при этом в любой момент времени прибыльность;
- реальные и потенциальные возможности разрабатывать, проектировать, производить и сбывать с достаточно высокой прибылью в тех условиях, в которых ему приходится действовать, товары и услуги по своим ценовым и неценовым характеристикам, взятые в комплексе, более привлекательные, чем товары его конкурентов;
- комплекс потребительских и стоимостных (ценовых) характеристик предприятия, определяющих его успех на рынке, т.е. преимущество именно этого предприятия над другими;
- сравнительное преимущество фирмы по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри национальной экономики и за ее пределами;
- способность компании реализовать свою продукцию по цене, обеспечивающей рост и выполнение обязательств перед третьими лицами (обеспечение определенного уровня рентабельности, формирования, основных фондов, возврата инвестированного капитала);
- обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования;
- свойство объекта, 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;
- наиболее вероятная интегрированная рейтинговая оценка исследуемого предприятия (фигурирующего в составе стратегической конкурентной группы), которая предполагает экономически наиболее целесообразное и комплексное использование всех располагаемых видов потенциалов, каждый из которых имеет обобщенную числовую оценку.

Конкурентоспособность предприятия как характеристика оценки конечных результатов деятельности предприятия на рынке является показателем относительным, где базой для сравнения выступают аналогичные показатели, используемые для оценки конкурентоспособности предприятий-конкурентов. Конкурентоспособность предприятия является категорией динамической. Ее изменение во времени обусловлено как внешними, так и внутренними факторами, значительная часть которых может рассматриваться в качестве управляемых параметров.

Конкурентоспособность предприятия отражает эффективность использования экономического потенциала предприятия.

3. Факторы конкурентоспособности предприятия

Факторы конкурентоспособности организации подразделяются на внешние, проявление которых в малой степени зависит от организации, и внутренние, почти целиком определяемые руководством организации.

Внешние факторы:

- государственная политика в отношении экспорта и импорта;
- уровень экономического развития страны;
- государственная экономическая политика в странах-экспортерах и импортерах товаров;
- эффективность функционирования рынков капитала и качество финансовых услуг;
- уровень развития инфраструктуры в стране;
- развитие научно-технологического потенциала;
- наличие и уровень квалификации трудовых ресурсов;
- амортизационная налоговая и финансово-кредитная политика, включая различные государственные и межгосударственные дотации и субсидии;
- таможенная политика и связанные с ней импортные пошлины, квоты;
- система государственного страхования;
- участие в международном разделении труда, разработке финансировании национальных программ по обеспечению конкурентоспособности предприятия;
- государственная система стандартизации и сертификации продукции и систем ее создания;
- государственный надзор и контроль за соблюдением: обязательных требований стандартов, правил обязательной сертификации продукции и систем, метрологический контроль;
- правовая защита интересов потребителя;
- основные характеристики рынка: его тип и емкость; наличие и возможности конкурентов;
- деятельность общественных и негосударственных институтов.

Внутренние факторы:

- производственная и организационная структура предприятия;
- технологии;
- учет и регулирование производственных процессов;
- уровень квалификации персонала;

- качество менеджмента;
- информационная и нормативно-методическая база управления;
- оборудование;
- функционирование системы менеджмента качества;
- уровень стратегического управления;
- масштабы применения аутсорсинга;
- развитость сбытовой (дилерской) сети;
- степень защищенности конфиденциальной информации (безопасность системы информационного обеспечения);
- масштабы применения современных информационных технологий;
- использование сети Интернет для продажи продукции;
- ориентация на экономику, основанную на использовании знаний (экономика знаний);
- регулярность привлечения инвестиций в развитие производства;
- размеры сформированной постоянной и лояльной клиентской базы;
- масштабы использования достижений НТП;
- репутация (гудвилл) предприятия;
- мотивация персонала на повышение качества товара;
- наиболее существенные стратегические конкурентные преимущества;
- эффективная конкурентная стратегия;
- своевременность проведения реструктуризации (слияние, поглощение, разделение);
- стоимость предприятия (бизнеса), отражающая его инвестиционную привлекательность.

Возможности непосредственного воздействия предприятия на факторы внешней среды достаточно ограничены, поскольку они преимущественно действуют объективно по отношению к предприятию. Реальные возможности обеспечения конкурентоспособности предприятия находятся в сфере факторов внутренней среды. Однако воздействовать на эти факторы можно с разной степенью эффективности. Так, как правило, значительных капиталовложений и длительного срока окупаемости требуют инновационные изменения технико-технологических условий работы. Однако следует отметить, что при существующем в мире высоком уровне развития научно-технического прогресса производственный потенциал предприятий, который составляет значительную часть экономического потенциала, практически определяется используемыми в производстве современными технологиями.

Применяемые на предприятии технологии формируют требования к количественному и качественному составу основных производственных фондов, системе коммуникаций, составу и квалификации промышленно-производственного персонала, используемым природным ресурсам (вода, топливо и т.п.), системе обработки информации. В свою очередь вышеназванные требования определяют производственную мощность предприятия, количество и качество оборотных средств, необходимых для реализации производственного процесса.

Вместе с тем для обеспечения конкурентоспособности предприятия при всей важности создания современных технико-технологических условий производства, необходимо также уделять внимание формированию адекватной данным условиям системы менеджмента на предприятии. Поэтому среди внутренних факторов конкурентоспособности организации важнейшую роль играет уровень качества управления организацией, т.е. уровень подготовки менеджеров, умение правильно вести деловые операции в условиях постоянного изменения на рынке. Эти факторы считают ключевыми в определении конкурентоспособности организации на рынке. Майкл Портер напрямую связывает факторы конкурентоспособности с факторами производства. Все факторы, определяющие конкурентные преимущества предприятия и отрасли, он представляет в виде больших групп.

Людские ресурсы -- количество, квалификация и стоимость рабочей силы.

Физические ресурсы -- количество, качество, доступность и стоимость участков, воды, полезных ископаемых, лесных ресурсов, источников гидроэлектроэнергии, рыболовных угодий: климатические условия и географическое положение страны базирования предприятия.

Ресурс знаний -- сумма научной, технической и рыночной информации, влияющей на конкурентоспособность товаров и услуг и сосредоточенной в академических университетах, государственных отраслевых НИИ, частных исследовательских лабораториях, банках данных об исследованиях рынка и других источниках.

Денежные ресурсы -- количество и стоимость капитала, который может быть использован на финансирование промышленности и отдельного предприятия.

Естественно, капитал неоднороден. Он имеет такие формы, как необеспеченная задолженность, обеспеченный долг, акции, венчурный капитал, спекулятивные ценные бумаги. У каждой из этих форм свои условия функционирования. С учетом различных условий их движения в разных странах они будут в значительной степени определять специфику экономической деятельности субъектов в разных странах.

Инфраструктура -- тип, качество имеющейся инфраструктуры и плата за пользование ею, влияющие на характер конкуренции: транспортная система страны, система связи, почтовые услуги, перевод платежей и средств из банка в банк внутри и за пределы страны, система здравоохранения и культуры, жилищный фонд и его привлекательность с точки зрения проживания и работы.

Все факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия, М. Портер предлагает делить на несколько типов: основные и развитые.

Основные факторы -- это природные ресурсы, климатические условия, географическое положение страны, неквалифицированная, полуквалифицированная рабочая сила, дебетовый капитал.

Развитые факторы -- современная инфраструктура обмена информацией, высококвалифицированные кадры (специалисты с высшим образованием, специалисты в области ПК) и исследовательские отделы университетов, занимающиеся сложными высокотехнологичными дисциплинами.

Деление факторов на основные и развитые является условным. Основные факторы существуют объективно либо для их создания требуются незначительные

государственные и частные инвестиции. Как правило, создаваемое ими преимущество нестойко, а прибыль от использования низка. Особое значение они имеют для добывающих отраслей, связанных с сельским и лесным хозяйством, и отраслей, применяющих в основном стандартизированную и малоквалифицированную рабочую силу.

Гораздо большее значение для обеспечения конкурентоспособности предприятия имеют развитые факторы как факторы более высокого порядка. Для их развития необходимы значительные, часто продолжительные по времени вложения капитала и человеческих ресурсов. Кроме того, необходимое условие создания развитых факторов -- использование высококвалифицированных кадров и высоких технологий.

Особенностью развитых факторов является то, что, как правило, их трудно приобрести на мировом рынке. В то же время они являются неперенным условием инновационной деятельности предприятия. Успехи предприятий многих стран мира напрямую связаны с солидной научной базой и наличием высококвалифицированных специалистов.

Развитые факторы часто строятся на базе основных факторов, которые, не являясь надежным источником конкурентного преимущества предприятия, в то же время должны быть достаточно качественными, чтобы на их базе можно было создать родственные развитые факторы.

Другим признаком деления факторов является степень их специализации. В соответствии с этим все факторы, по мнению М. Портера делятся на два вида: общие и специализированные.

Общие факторы, к которым М. Портер относит систему автомобильных дорог, дебетовый капитал, персонал с высшим образованием, могут быть использованы в широком спектре отраслей. Как правило, они дают конкурентные преимущества ограниченного характера.

Специализированные факторы -- это узкоспециализированный персонал, специфическая инфраструктура, базы данных в определенных отраслях знания. Примером служит разрабатываемое по контракту специализированное программное обеспечение, а не стандартные пакеты программ общего назначения.

В основе следующего признака классификации факторов конкурентоспособности предприятия лежит его способность оказывать влияние на них. Это внешние факторы (проявление которых в малой степени зависит от предприятия) и внутренние (почти полностью определяемые руководством организации).

Конкурентоспособность -- интегральная характеристика. В общем случае целесообразно выделять следующие составляющие: конкурентоспособность предложения на рынке, ресурсов предприятия, менеджмента и предпринимательской идеи.

Текущая конкурентоспособность предприятия связана с конкурентоспособностью предложения на рынке. Предложение включает продукт, цену и сопутствующие услуги, а в общем случае -- все, что определяет полезность (выгодность) приобретения для клиента. Часто предприятие имеет несколько предложений

(дифференциация), при этом можно говорить об интегральной конкурентоспособности всего продуктового портфеля.

Маркетинговый подход к определению конкурентоспособности предполагает, что предложение конкурентоспособно, если оно имеет на данном потребительском сегменте одну или более потребительские характеристики, лучшие, чем у товаров-аналогов (при этом данные характеристики признаются потребителями ведущими). Индикатором актуальности потребительской характеристики может являться, например, статистика вопросов покупателей, задаваемых при приобретении продукта. Потребители заинтересованы не в абсолютно лучшем по всем характеристикам продукте, а в том, который удачно сочетает качества, наиболее востребованные на данном сегменте рынка, и часто готовы поступиться отдельными характеристиками продукта ради улучшения других.

Долгосрочная конкурентоспособность определяется конкурентоспособностью ресурсов (потенциала) предприятия: финансовых, материальных, технологических, управленческих, информационных, кадровых, интеллектуальных и других (в частности, как особый вид ресурса можно рассматривать лояльность покупателей). Наличие ресурсов позволяет предприятию длительное время обеспечивать (поддерживать) конкурентоспособность предложения.

В условиях конкуренции ресурсную базу необходимо поддерживать в состоянии, актуальном условиям рынка. Эффективное использование имеющихся ресурсов с точки зрения конкуренции определяется конкурентоспособностью менеджмента предприятия, прежде всего высшего руководства. Значение данной составляющей особенно проявляется в условиях динамичной внешней среды и активного конкурентного противодействия.

Конкурентоспособность менеджмента -- это сравнительная характеристика качества менеджмента на предприятии и у конкурентов, это различия в квалификации, мотивации, организации управления. Оценка конкурентоспособности менеджмента затруднена, так как результаты работы каждого менеджера интегрируются в общий результат, который в свою очередь может проявляться с определенным запозданием.

Способности топ-менеджеров к принятию важнейших стратегических решений, генерации новых идей именно в том темпе, которого требует рынок, и умение организовать их выполнение, готовность идти на разумный риск являются важнейшими факторами конкурентоспособности предприятия.

Связующим элементом указанных аспектов конкурентоспособности является конкурентоспособность предпринимательской идеи. Предпринимательская идея включает основное представление о продукте предприятия, о способе удовлетворения потребности клиентов, поддержания и развития потенциала, управления предприятием.

Перечисленные составляющие являются уникальными для каждого предприятия, а их удачное сочетание и определяет конкурентоспособность предпринимательской идеи.

На понятие «конкурентоспособность предприятия» оказывает влияние и тот факт,

что само предприятие может выступать как:

- товар, имеющий рыночную стоимость на фондовых рынках (курс акций, рыночная стоимость бизнеса);

- товар, имеющий инвестиционную стоимость на рынке капиталов (стоимость инвестиций в существующий бизнес и его расширение -- диверсификацию).

Заключение

Подводя итоги отметим, что функционирование предприятий в рыночных условиях, происходит в форме постоянной конкуренции, непрерывного соперничества. Конкурентоспособность предприятия зависит от ряда факторов. Каждая из представленных в работе групп факторов имеет право на существование, а их использование будет зависеть от цели проводимого исследования и от того принципа, который положен в ее основу.

Анализ конкурентоспособности фирмы очень важный и сложный процесс, требующий внимательного отслеживания происходящих в среде процессов, оценки факторов и установления связи факторами, сильными и слабыми сторонами организации, а также возможностями и угрозами, которые заключены во внешней среде.

Факторы могут воздействовать как в сторону повышения конкурентоспособности предприятия, так и в сторону уменьшения.

Факторы определяют средства и способы использования резервов конкурентоспособности.

Но наличие самих факторов недостаточно для обеспечения конкурентоспособности.

Получение конкурентного преимущества на основе факторов зависит от того, насколько эффективно они используются и где, в какой отрасли они применяются.

Таким образом, достижение конкурентных преимуществ на рынке во многом определяется конкурентоспособностью организации, природа которой обусловлена, прежде всего, наличием множества детерминирующих ее внутренних факторов.

Очевидно, что чем шире у организации набор конкурентных преимуществ, тем более благоприятные предпосылки она имеет для успешной деятельности на рынке или отдельных сегментах этого рынка.

Задача

Чистый вес изделия - 35 кг, величина фактических отходов при переработке заготовки - 2,1 кг. После того, как будет усовершенствована технология изготовления деталей, входящих в состав изделия, планируется сократить отходы на 12%.

Определите коэффициент использования материала и долю отходов до и после изменения технологии

Решение

1. Коэффициент использования материалов рассчитывается как отношение чистого веса материала в изделии на норму расхода материала:

Ки.м. - Чв / Нр.

2. Норма расхода равна сумме чистого веса и отходов:

Нр = Чв + Отходы

3. Определим норму расхода и коэффициент использования материала до изменения технологии изготовления изделия:

$$Нр (1) = 35 \text{ кг} + 2,1 \text{ кг} = 37,1 \text{ кг}$$

$$\text{Ки.м.} = 35 / 37,1 = 0,943 \text{ кг} = 94,3\%$$

4. Отходы после изменения технологии снизятся на 12%, таким образом, их величина составит 1,8 кг (2,14 кг - 12%).

5. Коэффициент использования материалов и норма расхода после изменения технологии:

$$Нр (2) = 35 \text{ кг} + 1,8 \text{ кг} = 36,8 \text{ кг}$$

$$\text{Ки.м.} (2) = 35 / 36,8 = 0,951 \text{ кг} = 95,1\%$$

Список использованной литературы

1. Анализ конкурентоспособности фирмы / В.Л. Белоусов // Маркетинг в России и за рубежом. -2007.
2. Конкуренция. Учебное пособие. /М. Портер.-М.: Международные отношения,2009.
3. Конкуренция: теория и практика. Учебное пособие / А.Ю. Юданов. ГНОМ-ПРЕСС, 2009.
4. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов . ИНФА-М, 2007.
5. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. - 2-е изд. Переб. И доп.-М.: Гардарики , 2002
6. Завьялов П.С. Проблемы конкурентоспособности экономики России и роль государства в их решении // Вест. Рос. Гуманит. Науч. Фонда.- 1996. - №3.
7. Моисеева О.В. Основы мировой конкурентоспособности. - М.: Издательство «Познавательная книга плюс», 1999.
8. Таран В.А. Конкурентоспособность предприятий: проблема современной политики и стратегия в области качества // Машиностроитель.-2008
9. Фасхиев Х.А. Как измерить конкурентоспособности предприятия // Маркетинг в России и за рубежом.-2003.

Размещено на Allbest.ur