

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ПРАКТИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Т.М. Плотичина

*Кафедра «Организация перевозок и безопасность дорожного движения»,
ГОУ ВПО «ТГТУ»; avto@mail.tambov.ru*

Представлена членом редколлегии профессором Б.И. Герасимовым

Ключевые слова и фразы: интегральные показатели; информация; конкурентоспособность предприятий; маркетинговая деятельность; методы оценки; менеджмент; сбытовая деятельность; финансовое состояние; эффективность производственного процесса.

Аннотация: Рекомендована система показателей для оценки конкурентоспособности предприятия, в которой показатель конкурентоспособности является показателем эффективности использования его финансового, производственного, научно-технического и трудового потенциалов.

Проблемы, касающиеся практической оценки конкурентоспособности предприятий, давно обсуждаются в экономической литературе. Вместе с тем, несмотря на множество публикуемых материалов, посвященных этой важной теме, общепризнанной методики комплексной оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта в настоящее время все же не существует. Такому факту есть немало объяснений. Но, думается, что решающую роль здесь играют обстоятельства, лежащие в плоскости практической реализации предлагаемых подходов. В этой связи можно выделить целый ряд существенных сопутствующих недостатков. Причем помимо частных недостатков анализ существующих подходов к оценке конкурентоспособности хозяйствующих субъектов позволяет отметить и серьезные общие недостатки. Прежде всего, речь идет о факторах, учитываемых экономистами при оценке конкурентоспособности предприятия. В подавляющем большинстве описываемых методик их авторы стремятся вовлечь в оценочный процесс максимальное количество этих факторов. С одной стороны, такой подход легко объяснить, поскольку практически любой показатель, касающийся производственной и рыночной деятельности хозяйствующего субъекта, в той или иной мере влияет на его конкурентоспособность. Но, с другой стороны, если производительность труда работников, во многом определяющая эффективность производственного процесса предприятия и его конкурентные преимущества, зависит от массы факторов, то это вовсе не значит, что все эти факторы наряду с показателем производительности труда необходимо включать в список для оценки конкурентоспособности предприятия. Кроме того, подобный подход неправомерен и с позиции теории систем, согласно которой оценка свойств объекта на основании анализа предельно элементарных его составляющих в итоге не дает результатов, так как указанные составляющие определяют свойства объекта не автономно, а в совокупности, – во взаимодействии друг с другом.

Так, например, авторы некоторых работ пытаются учесть детальные позиции предприятия, неоправданно увлекаются численностью показателей, и поэтому некоторые из них имеют отдаленную связь с конкурентоспособностью предприятия, а, следовательно, малоэффективны [4, 5]. Чрезмерное увеличение состава факторов, принимаемых во внимание при оценке конкурентоспособности хозяйствующего субъекта, приводит к тому, что сбор требуемых данных и трудоемкость их математической обработки существенно осложняют возможность практической реализации рассматриваемых методов.

Использование метода экспертных оценок решает проблему количества факторов, влияющих на конкурентоспособность [2, 6]. Но здесь появляется новая проблема. Величина интегрального показателя конкурентоспособности будет зависеть от того, какие эксперты делали оценку, каков уровень их квалификации, а также от большого количества факторов, например таких, как состояние их здоровья в момент отбора показателей, отношения в семье и трудовом коллективе и т.д. При этом ошибки, допущенные в оценке конкурентоспособности предприятия, могут привести к ошибкам в управлении конкурентоспособностью и, как следствие, к ухудшению рыночных позиций предприятия.

Недостатки совсем иного характера присущи целой группе методов оценок конкурентоспособности предприятия, авторы которых, не ограничиваясь использованием известных экономической науке показателей, вводят в качестве факторов, формирующих конкурентные преимущества хозяйствующего субъекта, новые понятия, определения и величины, базирующиеся подчас на сложных и весьма абстрактных построениях. Хотя логическая обоснованность вводимых показателей и выстраиваемых моделей не вызывает особых сомнений, практически они оказываются малопригодными, поскольку отсутствие традиционной статистики и трудоемкость математических операций не добавляют им привлекательности с точки зрения практиков-аналитиков.

Отмеченные недостатки пагубны тем, что влекут за собой целый ряд сложностей, являющихся их логическим следствием. С одной стороны, многочисленные факторы в одних методах оценки конкурентоспособности предприятия, либо вновь предлагаемые показатели в других, требуют достаточно точных количественных измерений, от которых напрямую зависит конечный результат. С другой стороны, используемые для этих целей экспертные оценки, без которых в большинстве случаев обойтись просто невозможно, страдают известной субъективностью и условностью. В итоге, непростая процедура экспертизы еще не дает оснований считать, что полученная оценка конкурентоспособности хозяйствующего субъекта объективна и точна.

С точностью измерений связана и еще одна негативная особенность большинства рассматриваемых методов, возникающая из-за необходимости сведения массы равномерных и неоднородных показателей в единый показатель конкурентоспособности предприятия. Решая эту задачу, авторы вводят коэффициенты, определяющие весовое значение каждого из оцениваемых факторов, а заодно и приводящие в порядок равномерность показателей. Вместе с тем, хорошо известно, что те или иные факторы в конкретной экономической ситуации по-разному влияют на конкурентоспособность различных хозяйствующих субъектов. Стало быть, заведомое установление единых весовых коэффициентов для оценки воздействия определенных факторов на конкурентоспособность различных предприятий вряд ли можно признать правомерным. Следовательно, получаемые в процессе подобных расчетов результаты выглядят весьма условными и приближительными.

Кроме того, некоторые авторы считают, что конкурентоспособность товара и предприятия его выпускающего, это одно и то же, что неверно [1]. Конкурентоспособность продукта является определяющим фактором конкурентоспособности

предприятия, но не исчерпывающим. Примером являются изделия российского военно-промышленного комплекса, которые сегодня вполне конкурентоспособны на самых развитых рынках. Одновременно, большинство предприятий, выпускающих эти изделия, находятся в кризисном состоянии. Сегодняшние их достижения закладывались еще в 1970–1980 гг., а произошедший в экономике страны кризис ухудшил их конкурентный потенциал и снизил перспективы развития.

Реализация методов оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов практически без исключения предполагает сопоставление предприятий, ведущих схожую деятельность, производящих идентичную продукцию и функционирующих в одинаковых экономических условиях. На самом деле такая ситуация далека от истины, поскольку часть информации о конкурентах может быть не получена в силу ее конфиденциальности.

Таким образом, анализируемые методы оценки конкурентоспособности предприятий подчеркивают востребованность такого подхода к решению проблемы, который, прежде всего, был бы направлен на практическое использование в аналитической работе. Следовательно, в основе его реализации должна лежать комплексная оценка деятельности предприятий, определяющая действующую статистическую информацию, хорошо знакомую практикам-экономистам. При этом указанная оценка должна отражать не только существующее положение хозяйствующего субъекта на рынке, но и, по-возможности, учитывать перспективы его развития, закладываемые стратегическим планированием. Кроме того, что особенно важно, оценка конкурентоспособности предприятий должна иметь широкие границы применения, то есть обладать определенной степенью универсальности.

Конкурентоспособность предприятия – это процесс создания, выпуска и реализации товаров и услуг, пользующихся спросом на данном рынке в данный момент времени. Показатель конкурентоспособности предприятия является показателем эффективности использования его финансового, производственного, научно-технического и трудового потенциала. Поэтому при оценке конкурентоспособности предприятия более правильным будет рассматривать конкурентоспособность организации как сумму одной из составляющих – конкурентоспособности ее товаров (услуг), второй составляющей при этом будет кадровый потенциал предприятия. При этом следует учитывать, что показатель конкурентоспособности предприятия – это постоянно изменяющаяся величина, то есть, достигнув определенного уровня конкурентоспособности, нельзя сохранять его без всяких усилий. Другими словами, процесс поддержания и роста уровня конкурентоспособности предприятия является процессом, требующим управления.

Для оценки конкурентоспособности предприятия можно рекомендовать систему показателей табл. 1

Таблица 1

Система показателей для оценки конкурентоспособности предприятия

Факторы конкурентоспособности и их детализация	Показатели	Метод расчета показателя или способ отражения информации о его значении
1	2	3
<i>Конкурентоспособность продукции</i>		
По уровню качества	Коэффициент конкурентоспособности оцениваемого товара по уровню качества	$K_y = U_n / K_b$, где U_n , K_b – уровень качества приобретаемого товара и базового образца соответственно

1	2	3
По экономическим показателям	Коэффициент конкурентоспособности оцениваемого товара по экономическим показателям	$K_3 = (C_6 - D_6) / (C_n - D_n)$, где C_n, C_6 – расходы, связанные с приобретением товара и образца соответственно; D_n, D_6 – сумма услуг, связанных с приобретением товара и образца соответственно
<i>Маркетинговая деятельность</i>		
В отношении продукта	Коэффициент предпродажной подготовки (КПП), характеризующий усилие предприятия к росту конкурентоспособности в результате улучшения предпродажной подготовки (в случае если продукт не требует предпродажной подготовки (ПП) в отчетном периоде, то $KПП = 1$)	$KПП = ЗПП / ЗПОП$, где $ЗПП$ – сумма затрат на предпродажную подготовку; $ЗПОП$ – сумма затрат на производство (приобретение) продукта и организацию его продаж
	Коэффициент изменения объема продаж (КИОП), показывающий рост или снижение конкурентоспособности предприятия вследствие роста объема продаж	$КИОП = ОПКОП / ОПНОП$, где $ОПКОП$ – объем продаж на конец отчетного периода; $ОПНОП$ – объем продаж на начало отчетного периода
	Рентабельность продукции	$R_{\text{прод}} = \text{Прибыль от продаж} / \text{Себестоимость}$
Ценообразование	Коэффициент уровня цен (КУЦ), показывающий рост или снижение конкурентоспособности предприятия из-за динамики цен на продукцию	$КУЦ = (Ц_{\text{max}} - Ц_{\text{min}}) / 2Ц_{\text{у.ф}}$, где $Ц_{\text{max}}$ – максимальная цена товара на рынке; $Ц_{\text{min}}$ – минимальная цена товара на рынке; $Ц_{\text{у.ф}}$ – цена товара, установленная фирмой
Доведение продукта до потребителя	Коэффициент доведения продукта до потребителя, показывающий стремление предприятия к повышению конкурентоспособности, благодаря улучшению сбытовой деятельности (КСб)	$КСб = КИОП \cdot ЗСБ_{\text{к.о.п}} / ЗСБ_{\text{н.о.п}}$, где $ЗСБ_{\text{к.о.п}}$ – сумма затрат на функционирование системы сбыта на конец отчетного периода; $ЗСБ_{\text{н.о.п}}$ – сумма затрат на функционирование системы сбыта на начало отчетного периода

1	2	3
Продвижение продуктов	Коэффициент рекламной деятельности (КРД), характеризующий стремление предприятия к росту конкурентоспособности в результате улучшения рекламной деятельности	$КРД = \text{КИОП} - ЗРД_{к.о.п} / ЗРД_{н.о.п}$, где $ЗРД_{к.о.п}$ – затраты на рекламную деятельность на конец отчетного периода; $ЗРД_{н.о.п}$ – затраты на рекламную деятельность на начало отчетного периода
	Коэффициент использования персональных продаж (КИПП), показывающий стремление предприятия к росту конкурентоспособности вследствие роста персональных продаж с привлечением торговых агентов	$КИПП = \text{КИОП} \cdot ЗПТА - \text{коп} / ЗПТА_{н.о.п}$, где $ЗПТА_{к.о.п}$ – сумма затрат на оплату труда торговых агентов на конец отчетного периода; $ЗПТА_{н.о.п}$ – сумма затрат на оплату труда торговых агентов на начало отчетного периода
	Коэффициент использования связей с общественностью (КИСО), показывающий стремление предприятия к росту конкурентоспособности, благодаря улучшению связей с общественностью	$КИСО = \text{КИОП} - ЗР_{к.о.п} / ЗР_{н.о.п}$, где $ЗР_{к.о.п}$ – затраты на связи с общественностью на конец отчетного периода; $ЗР_{н.о.п}$ – затраты на связи с общественностью на начало отчетного периода
<i>Финансовое состояние</i>		
Показатели ликвидности и платежеспособности	Коэффициент абсолютной ликвидности (КАЛ)	$КАЛ = \text{Денежные средства} / \text{Краткосрочные пассивы}$
	Коэффициент критической ликвидности (ККЛ)	$ККЛ = \text{Ликвидные средства} / \text{Краткосрочные пассивы}$
	Коэффициент текущей ликвидности (КТЛ)	$КТЛ = \text{Оборотные средства} / \text{Краткосрочные пассивы}$
Показатели финансовой устойчивости	Коэффициент автономии (КА)	$КА = \text{Собственный капитал} / \text{Стоимость всех активов}$
	Коэффициент маневренности (КМ)	$КМ = \text{Оборотные средства} / \text{Величина капитала}$
	Коэффициент имущества производственного назначения (КИ)	$КИ = (\text{Внеоборотные активы} + \text{запасы}) / \text{Стоимость активов предприятия}$
<i>Менеджмент</i>		
Управление предприятием	Рентабельность продаж	$R_{п} = \text{ПР} / \text{Валовая выручка}$
	Рентабельность производства	$R_{пр} = \text{ПБ} / \Phi + \text{О}$, где Φ – основные средства; О – оборотные средства

1	2	3
Кадровый менеджмент	Производительность труда (ПТ)	$ПТ = Q / ППП$, где Q – объем произведенной продукции; ППП – численность промышленно-производственного персонала
	Прибыль на одного работника, доля квалифицированных работников предприятия	$П \text{ на } 1 \text{ работника} = ПБ / ППП$; $К_{кр} = КР / ППП$, где КР – количество квалифицированного персонала
Управление качеством	Обеспечение качества продукции по международным и российским стандартам	Да / Нет
	Сертификация продукции	
Структура предприятия	Эффективность структуры управления	
Доля рынка	Коэффициент рыночной доли (КРД)	$КРД = ОП / ООПР$, где ОП – объем продаж продукта предприятием; ООПР – общий объем продаж продукта на рынке
Управление затратами	Затраты на 1 руб. продукции	$З_p = \text{Себестоимость} / \text{Выручка от реализации}$
Финансовый менеджмент	Рентабельность собственного капитала (РСК)	$РСК = ЧП / ИСС$, где ЧП – чистая прибыль; ИСС – источники основных средств
Управление инновациями. Инвестиционная деятельность	Наличие или отсутствие на предприятии инновационной деятельности	Да / Нет
Объект инвестирования	Производственные вложения	
	Финансовые вклады	
	Человеческий капитал	
Область инвестирования	Характеризует инвестиции на различных стадиях производственно-сбытового цикла	
	Снабжение	
	Производство	
	Сбыт	
	Управление	

1	2	3
Источники финансирования	Возможность предприятия осуществлять инвестиции за счет собственных средств	Привлеченные средства Собственные средства
<i>Организация сбытовой деятельности</i>		
Продвижение товаров по каналам сбыта	Рентабельность дистрибьюторской сети	$R_n = P_d / Z_d$, где P_d – прибыль от дистрибьюторской сети; Z_d – затраты на дистрибьюторскую сеть
	Рентабельность оптовых каналов товародвижения	$R_o = P_o / Z_o$, где P_o – прибыль от оптовых каналов; Z_o – затраты на оптовый канал
Стимулирование сбыта	Средняя величина скидок на партии товаров для оптовиков и дистрибьюторов	Коэффициент (процент скидки)
	Наличие льготных условий поставок	Да / Нет
	Отсрочка платежей	

Следует отметить, что в отличие от конкурентоспособности товара, конкурентоспособность предприятия не может быть достигнута в короткий промежуток времени. Конкурентоспособность организации достигается путем длительной и безупречной работы на рынке. Следовательно, при сравнении и оценке двух предприятий, выпускающих одинаковые товары равного качества, предприятие, работающее более длительный период времени на данном рынке, будет иметь конкурентные преимущества перед предприятием, только входящим на этот рынок. Конкурентные преимущества, в свою очередь, делятся на внешние и внутренние. Оказывать влияние на внешние факторы организация не в состоянии, но при этом руководство организации имеет все необходимые условия для контроля внутренних факторов. То есть, процесс управления конкурентоспособностью предприятия сводится к управлению внутренними факторами организации. Достижение внутренних конкурентных преимуществ организации осуществляется персоналом, при этом особая роль отводится руководителям. Иными словами, конкурентоспособность организации напрямую связана с конкурентоспособностью персонала предприятия и, в особенности, с конкурентоспособностью управленческого персонала. Данный показатель характеризует конкурентный потенциал предприятия. Достичь высокой конкурентоспособности предприятия, даже при наличии конкурентоспособного товара, без высококвалифицированного персонала невозможно.

Процесс создания и управления конкурентоспособностью предприятия должен начинаться с создания конкурентоспособного персонала, способного укреплять и развивать позиции предприятия.

Даже при разработке универсального и эффективного подхода к оценке конкурентоспособности существуют барьеры при его внедрении со стороны менеджмента. Это связано со следующими причинами:

1) недостаточная активность руководителей предприятий при разработке и внедрении нововведений, так как формирование конкурентоспособности не стало еще первоочередной внутренней обязанностью каждого из них;

2) поверхность стратегических планов, которые часто не преследуют цели улучшения качества и конкурентоспособности предприятия;

3) нежелание руководителей высшего и среднего звена проводить коренные изменения форм и методов управления. И это не удивительно, ведь внедрение комплексной системы оценки конкурентоспособности является достаточно дорогим и сложным в организационном плане мероприятием, часто требующим кардинальной «ломки» привычной жизни предприятия. Многие осторожные руководители, сталкиваясь с проблемами внедрения, высказывают пожелание, в более полном объеме познакомиться с методикой уже на начальном этапе, чтобы удостовериться в ее эффективности.

В этой связи можно порекомендовать упрощенный подход, который не требует организации сложной системы сбора информации и сложных аналитических расчетов [3]. Регулярная оценка конкурентоспособности позволяет определить конкурентную позицию предприятия и правильность выбранной конкурентной стратегии, эффективность управленческих решений и инвестиционную привлекательность предприятия для инвесторов, а также своевременно обнаружить и устранить негативные факторы, которые могут ослабить финансовую устойчивость организации.

Список литературы

1. Воронов, А.А. Моделирование конкурентоспособности продукции предприятия / А.А. Воронов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 4. – С. 5–10.

2. Фролова, Н.В. Методика анализа уровня конкурентоспособности коммерческой организации / Н.В. Фролова, Е.В. Кашинцева // Экон. анализ: теория и практика. – 2006. – № 20(77). – С. 55–60.

3. Криворотов, В.В. Аналитическая оценка конкурентоспособности рыночно-ориентированного предприятия / В.В. Криворотов // Регион. экономика: теория и практика. – 2005. – № 1(16). – С. 5–8.

4. Попова, Е.В. Как измерить конкурентоспособность? / Е.В. Попова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 4. – С. 10–15.

5. Фасхийев, Х.А. Анализ методов оценки качества и конкурентоспособности грузовых автомобилей / Х.А. Фасхийев // Методы менеджмента качества. – 2001. – № 3. – С. 24–29.

6. Фролова, Н.В. Рыночная оценка уровня конкурентоспособности промышленной организации на основе многофакторной модели / Н.В. Фролова, Е.И. Тепикина // Экон. анализ: теория и практика. – 2008. – № 20(125). – С. 27–33.

Main Problems and Opportunities of Practical Evaluation of Company Competitiveness

T.M. Plotitsina

*Department "Transport Management and Road Safety",
TSTU; avto@mail.tambov.ru*

Key words and phrases: company's competitiveness; integral indexes; information; marketing activity; management; methods of evaluation; sales; financial state; production process effectiveness.

Abstract: The paper studies the main problems and opportunities for practical evaluation of company competitiveness. In order to evaluate the company competitiveness the system of indexes is recommended; the index of competitiveness is the index of effective use of its financial, production, scientific and labor potential.

Grundprobleme und Möglichkeiten der praktischen Einschätzung der Konkurrenzfähigkeit des Betriebes

Zusammenfassung: Es werden die Grundprobleme und die Möglichkeiten der praktischen Einschätzung der Konkurrenzfähigkeit des Betriebes betrachtet. Für die Einschätzung der Konkurrenzfähigkeit des Betriebes ist das Wertensystem, wo der Wert der Konkurrenzfähigkeit des Betriebes einen Wert der Effektivität der Benutzung seines Finanz-, Betriebs-, Wissenschafts- und Arbeitspotentials ist, empfohlen.

Problèmes essentiels et possibilités de l'estimation pratique de la compétitivité de l'entreprise

Résumé: Sont examinés les problèmes essentiels et possibilités de l'estimation pratique de la compétitivité de l'entreprise. Pour l'estimation de la compétitivité de l'entreprise est recommandé le système des indices dans lequel l'indice de la compétitivité de l'entreprise est l'indice de l'efficacité de l'utilisation de son potentiel financier, industriel, scientifico-technique et celui de fonctionnement.

Автор: *Плотицина Татьяна Михайловна* – лаборант кафедры «Организация перевозок и безопасность дорожного движения», ГОУ ВПО «ТГТУ»; аспирант, ГОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия».

Рецензент: *Пархоменко Лев Васильевич* – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Бухгалтерский учет и аудит», ГОУ ВПО «ТГТУ».
