

ИНТЕГРАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

А.С. Головачев^а, О.В. Корсак^б

^а *Минский университет управления, профессор кафедры экономики и управления производством, доктор экономических наук, профессор, kafeup@miu.by*

^б *Минский университет управления, магистрант, korsak-olja-victorovna@mail.ru*

Аннотация

Раскрыто понятие конкурентоспособности организации. Определена цель повышения конкурентоспособности организации. Приведены факторы конкурентных преимуществ организации. Разработаны методы оценки конкурентоспособности организации и определения интегрального показателя конкурентоспособности, который формируется из конкурентоспособности товаров и показателей экономической эффективности организации. Дан алгоритм расчета интегрального показателя конкурентоспособности организации. Обращено внимание на необходимость создания системы управления повышением уровня конкурентоспособности отечественных предприятий на основе реализации инновационного организационно-экономического механизма.

Ключевые слова: конкурентоспособность организации, эффективность предприятия, конкурентоспособность товара, конкурентные преимущества, факторы конкурентоспособности, методы оценки, управление конкурентоспособностью.

Веб: <http://elibrary.miu.by/journals!/item.science-xxi/issue.3/article.4.html>

Поступила в редакцию: 25.04.2014.

INTEGRATED APPROACH TO THE DETERMINATION OF THE COMPETITIVENESS

A.S. Golovatchev^a, O.V. Korsak^b

^a *Minsk University of Management, professor of the Department of Economics and Production Management, Grand PhD in Economic Sciences, Professor, kafeup@miu.by*

^b *Minsk University of Management, Master's degree student, korsak-olja-victorovna@mail.ru*

Abstract

Reveals the concept of competitiveness of the organization. Defined objective of improving the competitiveness of the organization. Shows the factors of competitive advantage of the organization. The methods of evaluation of the competitiveness of the organization and determine the integral index of competitiveness, which is formed from the product competitiveness and cost efficiency of the organization. An algorithm for calculating the integral index of competitiveness of the organization. Attention is drawn to the need to establish management systems increase the competitiveness of domestic enterprises through the implementation of innovative organizational and economic mechanism.

Keywords: competitiveness of the organization, enterprise efficiency, competitiveness of the goods, competitive advantages, competitive factors, methods of assessment, management competitiveness.

Web: <http://elibrary.miu.by/journals!/item.science-xxi/issue.3/article.4.html>

Received: 25.04.2014.

Введение

Конкурентоспособность организации — это ее способность в условиях конкуренции во-первых, на одном и том же сегменте рынка, в одной и той же фазе жизненного цикла в настоящем и будущем при ограниченных ресурсах проектировать, производить и реализовывать товары (услуги), превосходящие по критерию соотношения цены потребления и качества товаров анализируемой организации и конкурента одной и той же отрасли; во-вторых, удовлетворять идентичные потребности покупателей; в-третьих, получать прибыль, необходимую для осуществления расширенного воспроизводства, экономического и социального развития организации.

1. Определение конкурентоспособности организации

Если конкурентоспособность товара удовлетворяет интересы потребителя, то конкурентоспособность организации как более широкое понятие, удовлетворяет интересы товаропроизводителя, обеспечивая собственное развитие организации на основе повышения эффективности использования ресурсов при одновременном удовлетворении интересов потребителя.

Если цель повышения конкурентоспособности организации является двуединой и определяется удовлетворением потребностей рынка, обеспечением роста прибыли, что является основой расширенного воспроизводства, то средством для достижения этой двуединой цели является наличие определенного перечня и силы имеющихся и сформированных новых конкурентных преимуществ [2].

Факторами конкурентных преимуществ организации по М. Портеру, являются четыре основных детерминантов «национального ромба»: 1) стратегия фирм; 2) структура и конкуренция; 3) факторы производства; 4) спрос и наличие конкурентоспособных родственных или смежных отраслей и предприятий [4].

Практическую значимость для определения конкурентоспособности предприятия имеет классификация факторов конкурентных преимуществ, разработанная Р.А. Фатхутдиновым, которая включает следующие группы:

I. Структурные:

— миссия предприятия, которая должна содержать оригинальную идею, эксклюзивную сферу деятельности, ориентацию на производство конкурентоспособного продукта;

— прогрессивность производственной структуры предприятия (гибкие производственные системы, автоматизированные модули и системы);

— уровень совершенства организационной структуры предприятия, позволяющей осуществлять вертикальную и горизонтальную интеграцию по производству конкурентного товара;

— уровень организации труда, специализации, кооперирования, концентрации и комбинирования производства, обеспечивающих конкурентоспособность товара;

— уровень унификации и стандартизации выпускаемой продукции;

— уровень управления производственными процессами;

— уровень совершенства информационной и нормативно-методической базы управления конкурентоспособным производством.

II. Ресурсные:

— уровень эффективности использования трудовых, материальных, нематериальных и финансовых ресурсов;

— сила конкуренции среди поставщиков и уровень их конкурентоспособности;

— доступ предприятия к качественному и относительно дешевому сырью, топливу и другим материальным ресурсам.

III. Технические:

— уровень качества изготовленной продукции;

— уровень наукоемкости и новизны продукции;

— удельный вес запатентованных товаров, прогрессивных технологий и оборудования.

IV. Управленческие:

— уровень конкурентной стратегии предприятия;

— уровень конкурентоспособности менеджмента;

— уровень конкурентоспособности служащих (руководителей, специалистов и прежде всего менеджеров и маркетологов);

— уровень функционирующей системы управления качеством продукции на предприятии;

— уровень организации поставок сырья, материалов и комплектующих изделий;

— уровень управления процессами сертификации продукции и систем, их соответствие международным стандартам ИСО 9001—2001.

V. Экономические:

— показатели рентабельности активов, реализованной продукции, труда персонала, капитала, оборотных средств, производства и продаж;

— скорость оборачиваемости производственных ресурсов;

— платежеспособность и финансовая устойчивость функционирования предприятия;

— доля экспорта произведенной продукции и наукоемких товаров [6].

Конечно, создать или усовершенствовать сразу все возможные конкретные преимущества на отдельном предприятии невозможно. Выбор их для создания, совершенствования и эффективного использования зависит от характера спроса на рынке, наличия производственного и финансового потенциала товаропроизводителя, специфики

и назначения родственных и смежных предприятий, характера и уровня конкуренции и целей самого предприятия.

Факторы конкурентных преимуществ способствуют превращению возможностей предприятия в действительность. Они определяют средства и способы использования резервов повышения 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 по приоритету отрасли применяются, от умения осуществлять оценку конкурентоспособности организации и ее товаров.

Методические основы интегральных методов оценки конкурентоспособности организации. Знание конкурентных преимуществ и факторов конкурентоспособности организации позволяют осуществить ее оценку, используя следующие методы.

Основными и наиболее достоверными методами оценки конкурентоспособности организации являются методы формализации факторов, которые отражаются как показателями конкурентоспособности ее товаров, так и показателями эффективности организации, которые позволяют определить интегральный показатель конкурентоспособности организации.

Определение конкурентоспособности организации методами формализации факторов основано на использовании как показателей конкурентоспособности товаров (Km), так и эффективности предприятия, что является следствием использования наиболее полной концепции о цели конкурентоспособности организации, суть которой сводится к удовлетворению интересов как потребителей, так и предприятия. Это проявляется, во-первых, в необходимости предприятия удовлетворять потребности покупателей; во-вторых, в необходимости обеспечивать непрерывное развитие производства и перспективные сравнительные конкурентные преимущества товаров организации на основе получения прибыли, которая является следствием повышения эффективности производства и осуществления расширенного воспроизводства, определяющих стратегию и тактику достижения лучших результатов, и прежде всего в области производства инновационных конкурентоспособных товаров [1, 2, 3, 5, 7].

Формализацию интегральной оценки конкурентоспособности предприятия ($KП$) можно представить в виде двуединой функции:

$$KП = f(Km, Энр)$$

Исходя из содержания этой функции, суть интегрального подхода к определению конкурентоспособности организации включает три этапа

и сводится к формализации двух компонентов функции и расчету сводного индекса интегрального показателя, который определяется соотношением конкурентоспособности предприятия и предприятия конкурента.

Первый этап — определение конкурентоспособности предприятия сводится к расчету эффективности производственно-экономической деятельности предприятия, который основан на учете: а) эффективности использования ресурсов предприятия; б) эффективности совокупности затрат; в) объемов и эффективности продаж; г) эффективности финансово-коммерческой деятельности организации. Этот метод предполагает реализацию следующей функции:

$$Энр^{1/2} = f(Эф.рес, Эф.затрат, Эф.продаж, Эф.фин-ком),$$

где $Эф.рес$, $Эф.затрат$, $Эф.продаж$, $Эф.фин-ком$ — соответственно сравнительная эффективность ресурсов, затрат, продаж и финансово-коммерческой деятельности, которые определяются отношениями соответствующих данных анализируемой организации и конкурента.

Наиболее корректно эффективность производственно-экономической деятельности предприятия определяется показателями рентабельности, которые можно свести к следующим группам:

1. Эффективность использования ресурсов:

1.1. Рентабельность активов предприятия как отношение чистой прибыли к стоимости всех активов;

1.2. Рентабельность основного капитала как отношение чистой прибыли к среднегодовой стоимости основных средств (обязательно для капиталоемких производств);

1.3. Рентабельность труда как отношение чистой прибыли к заработной плате анализируемого периода (обязательно для трудоемких производств);

1.4. Рентабельность оборотных средств как отношение чистой прибыли к среднему остатку оборотных средств анализируемого периода (обязательно для материалоемких производств);

2. Эффективность затрат:

2.1. Рентабельность реализованной продукции как отношение прибыли от реализации к полной себестоимости (текущим затратам);

2.2. Рентабельность инвестиционных затрат как отношение прироста чистой прибыли, получаемой от капитальных вложений к стоимости инвестиционных затрат;

2.3. Рентабельность совокупности текущих затрат и приведенных капитальных вложений к одному году по совокупности прибыли от реализации и прибыли от инвестиционной деятельности.

3. Эффективность продаж:

3.1. Рентабельность продаж как отношение прибыли от реализации продукции к объему продаж;

3.2. Отношение издержек производства к стоимости реализованной продукции (затраты на одну тысячу рублей объема реализации).

4. Эффективность финансово-коммерческой деятельности:

4.1. Показатель финансового состояния и деловой активности предприятия:

- коэффициент текущей ликвидности;
 - коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами;
 - производительность труда;
 - фондоотдачи;
 - материалоотдачи;
 - оборачиваемость активов предприятия;
- основных средств и оборотных средств.

4.2. Рыночная стоимость акций;

4.3. Размер и динамика дивидендов.

Достаточно достоверные результаты определения комплексного индекса экономической эффективности предприятия можно получить по следующей формуле:

$$I_{Эпр} \frac{1}{2} = \frac{Rmp1 * Kmp + Roc1 * Koc + Robc1 * Kобс + Rnpод1 * Knpод}{Rmp2 * Kmp + Roc2 * Koc + Robc2 * Kобс + Rnpод2 * Knpод}$$

где Rmp , Roc , $Robc$, $Rnpод$ — соответственно рентабельность труда (отношение чистой прибыли предприятия к общей заработной плате), рентабельность основных средств (отношение чистой прибыли к среднегодовой стоимости основных средств), рентабельность оборотных средств (отношение чистой прибыли к среднегодовому остатку оборотных средств), рентабельность продаж (отношение прибыли от реализации к объему реализованной продукции);

Kmp , Koc , $Kобс$, $Knpод$ — коэффициенты весомости в общем показателе эффективности предприятия, соответственно, рентабельности труда, рентабельности основных средств, рентабельности оборотных средств и рентабельности продаж. Отдельные коэффициенты весомости равны как для анализируемого предприятия (1), так и для конкурента (2), а сумма их должна быть равна 1.

Этап второй — определение конкурентоспособности предприятия ($KП$) предполагает оценку конкурентоспособности его товаров с учетом весомости реализуемых его товаров на рынках. Формализация этого метода осуществляется по формуле:

$$KП = \sum_{i=1}^n \alpha_i \beta_j \times K_{ij} \rightarrow 1,$$

где α_i — удельный вес i -го товара предприятия в объеме всех продаж за анализируемый период, в долях единицы;

β_j — показатель значимости рынка, на котором реализуются товары предприятия (например, рынки США, Японии, Канады и страны Евросоюза имеют значимость 1, внешние рынки

остальных стран — 0,7, внутренний рынок Беларуси — 0,5);

K_{ij} — конкурентоспособность i -го товара на j -м рынке.

Интегральный подход к оценке конкурентоспособности предприятия предполагает использование комплексного метода определения индекса конкурентоспособности товара, который осуществляется на основе сравнения групповых показателей оцениваемого товара по отношению к товару-конкуренту.

Индекс конкурентоспособности анализируемого предприятия 1 по сравнению с конкурентом 2 ($IKm \frac{1}{2}$) можно определить по многофакторной формуле:

$$IKm \frac{1}{2} = \frac{Kнорм * Kимидж * IKту \frac{1}{2} * ату + IKсз \frac{1}{2} * аусз + IKт.дв \frac{1}{2} * ат.дв + IKпродв \frac{1}{2} * апрод + IKобс \frac{1}{2} * аобс}{Цпотр \frac{1}{2}}$$

где $Kнорм$ — нормативные технические и правые параметры (безопасность и экологичность товара, его соответствие стандартам и законодательным нормам страны) конкурентного рынка сбыта. Если изделие соответствует законодательным нормам, то $Kнорм$ принимается за 1. Если же оно не соответствует нормам, то данный товар снимается с оценки конкурентоспособности;

$Kимидж$ — показатель уровня имиджа товара анализируемого предприятия (измеряется от 0 до 1);

$IKту$, $IKсз$, $IKт.дв$, $IKпродв$, $IKобс$ — соответственно индексы групповых показателей технических уровня продукции, качества изготовления, качества товародвижения, качества продвижения товара на рынок, качества обслуживания анализируемого товара и товара-конкурента;

$ату$, $аусз$, $ат.дв$, $апрод$, $аобс$, — коэффициенты весомости (значимости) показателей, сумма которых равна 1;

$Цпотр$ — индекс цены потребления анализируемого товара и товара-конкурента (цена потребления есть сумма цены купли-продажи и эксплуатационных затрат за нормативный срок использования товара).

При $IKm \geq 1$ — анализируемый товар конкурентоспособен, а при $IKm \leq 1$ — неконкурентоспособен по сравнению с товаром-конкурентом.

Третий этап: расчет интегрального сравнительного показателя конкурентоспособности предприятия ($IKП \frac{1}{2}$) по индексу конкурентоспособности товаров и индексу эффективности предприятия, который определяется по формуле:

$$IKП \frac{1}{2} = IKm \frac{1}{2} * ат + IЭпр \frac{1}{2} * аз,$$

где $IKm \frac{1}{2}$ — индекс конкурентоспособности по товарной массе анализируемого предприятия и конкурента;

$IЭпр \frac{1}{2}$ — индекс относительной эффективности анализируемого предприятия по сравнению с конкурентом;

am , $aэ$ — коэффициенты весомости товарной конкурентоспособности и эффективности предприятия ($am + aэ = 1$).

Заключение

Основными компонентами оценки конкурентоспособности предприятия являются конкурентоспособность товара и экономическая эффективность предприятия. Ядром же оценки всех уровней конкурентоспособности (предприятия, отрасли, региона, страны) является конкурентоспособность товара, которая сводится к удовлетворению потребностей покупателя и определяется соотношением качества и цены потребления товара. При этом качество определяется техническим уровнем продукции, качеством ее изготовления, качеством товародвижения, качеством товаропродвижения и качеством обслуживания в процессе его эксплуатации. Реализация товара обеспечивает возмещение затрат на его производство и при эффективном использовании ресурсов — получение прибыли, которая позволяет предприятию осуществлять расширенное воспроизводство основных средств, рабочей силы и нового товара.

Оценка конкурентоспособности предприятия — это не самоцель, а основа для организации системы стратегического и тактического управления повышения уровня конкурентоспособности предприятия. Во-первых, интегральный подход к

оценке конкурентоспособности предприятия позволяет уточнить цель, конкурентные стратегии развития организации, для чего могут быть рекомендованы альтернативные модели конкурентных стратегий М. Портера (модель конкуренции), Л.Г. Раменского (виоленты, пациенты, коммутанты и эксплеренты), И. Ансоффа (матрица «товары-рынок»), Бостонской консалтинговой группы (матрица «рост рынка — доля рынка») и др.

Во-вторых, результаты оценки конкурентоспособности организации раскрывают пути и позволяют разработать систему мероприятий повышения его уровня, исходя из соотношений отдельных параметров конкурентоспособности анализируемой организации и конкурента.

Для того, чтобы организация была конкурентоспособной и имела успех на рынке в борьбе с ведущими конкурентами, требуются, прежде всего, совершенно новые подходы к организации процессов проектирования, производства и реализации товаров по сравнению с теми, на которые руководители ориентировались в прошлом. Это предполагает использование новых подходов к проведению политики социально-экономического предприятия, к формированию инновационно-инвестиционной политики, при проведении на предприятии технической реконструкции и реструктуризации на основе внедрения новой техники и технологий в производстве инновационных товаров.

ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

1. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф. М., 1989.
Ansoff, I. Steward-ship / I. Ansoff. M., 1989.
2. Головачев, А.С. Конкурентоспособность организации / А.С. Головачев. Минск, 2012.
Golovatchov, AS Competitiveness of the organization / A.S. Golovatchov. Minsk, 2012.
3. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2011—2015г. Минск, 2011.
State Program of innovative development of the Republic of Belarus on 2011—2015. Minsk, 2011.
4. Портер, М. Международная конкуренция / М. Портер; под ред. В.Д. Щетинина. М., 1993.
Porter, M. International competition / M. Porter; ed. V.D. Shchetinina. M., 1993.
5. Структурная перестройка и конкурентоспособность экономики Республики Беларусь: проблемы и пути их решения / Я.М. Александровы (и др.). Минск, 2004.
Restructuring and competitiveness of the economy of the Republic of Belarus: problems and solutions / Y.M. Alexandrov (and others). Minsk, 2004.
6. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации / Р.А. Фатхутдинов. М., 2004.
Fatkhutdinov, RA Management of competitiveness of the organization / R.A. Fathutdinov. Moscow, 2004.
7. Философова, Т.Г. Конкуренция и конкурентоспособность / Т.Г. Философова, Б.А. Быков. М., 2007.
Filosofova T.G. Competition and Competitiveness / T.G. Filosofova, B.A. Bulls. M., 2007.