

РАЗВИТИЕ МЕТОДОВ СТАТИСТИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

М.Н. Еремеева

*Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.,
доцент кафедры «Экономика и маркетинг», к.э.н., г. Саратов, Россия*

Н.С. Яшин

*Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.,
профессор кафедры «Экономика и маркетинг», д.э.н., г. Саратов, Россия*

nikolay-yashin2020@mail.ru

Формирование эффективной конкурентной среды на рынке сопровождается большим количеством динамических процессов, в ходе которых выявляются преимущества товаропроизводителей. Важно понять источники этого преимущества и рыночные сегменты наибольшего превосходства. Для этого разрабатывается методология оценки конкурентоспособности, включающая цели, принципы, способы и методы ее оценки.

Анализируя ключевые характеристики состояния предприятия и известные подходы к оценке его конкурентоспособности, можно сформулировать основные принципы концепции обеспечения конкурентоспособности предприятия:

1. Необходимо разделять категории конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности продукции, понимая первую в качестве основной, базовой, определяющей формирование второй;

2. Следует выделять разные критерии конкурентоспособности предприятия в зависимости от горизонта планирования и управления на предприятии;

3. Основным показателем конкурентоспособности предприятия на оперативном уровне должен выступать интегральный показатель конкурентоспособности продукции;

4. На тактическом уровне конкурентоспособность предприятия обеспечивается его общим финансово-хозяйственным состоянием и характеризуется комплексным показателем этого состояния;

5. На стратегическом уровне конкурентоспособность предприятия характеризуется инвестиционной привлекательностью, критерием которой является рост стоимости бизнеса.

По мере своего развития каждое предприятие сталкивается с множеством проблем и задач, преодоление и решение которых осуществляется посредством применения различных управленческих методик и технологий, в том числе с использованием статистических методов. Анализ этих задач позволяет выявить ключевые характеристики или индикаторы конкурентоспособности, отражающие состояние предприятия по мере его развития.

Необходимость оценки конкурентоспособности предприятия обусловлена рядом причин.

Во-первых, его конкурентоспособность различна на разных этапах жизненного цикла предприятия, а значит, должна отличаться и избранная стратегия.

Во-вторых, в условиях рыночной конкуренции предприятие подвергается влиянию пяти сил конкуренции, определенных М.Портером, но наибольшее давление ощущается внутри самой отрасли. А это заставляет постоянно сравнивать позиции предприятия и реальных или потенциальных конкурентов.

Существует довольно большое количество методик оценки состояния предприятия. Однако, следует констатировать что стандартов оценки конкурентоспособности, как и единой методики, не существует. Практически каждая авторитетная консалтинговая компания, да и многие крупные предприятия обладают собственными методиками оценки.

Основными этапами оценки конкурентоспособности предприятия являются следующие:

1. Оценка достаточности ресурсов предприятия для работы на выбранном сегменте рынка;

2. Сбор данных и изучение конкурентов (анализ их финансового положения, уровня расходов, маркетинговой стратегии, репутации и имиджа, обеспеченности необходимыми кадрами, методов конкурентной борьбы, возможной реакции на появление новых конкурентов и т.д.). Особое значение имеет определение таких рыночных потребностей, которые не могут полностью удовлетворить конкуренты, а также изучение передового опыта конкурирующих предприятий.

3. Оценка силы и слабостей самого предприятия в конкурентной борьбе, т.е. оценка конкурентного статуса предприятия.

Анализ деятельности предприятия по повышению конкурентоспособности предполагает оценку текущих результатов хозяйственной деятельности через выяснение:

- его потенциала (организационного, научно-технического, производственно-технологического, социального, финансово-экономического),
- общих результатов его хозяйственной деятельности,
- финансового положения и платежеспособности,
- эффективности производственной деятельности,
- степени адаптации к условиям хозяйствования за отчетный период (как правило, годовой) или на определенную дату.

При этом прослеживается взаимосвязь анализа конкурентоспособности и анализа хозяйственной деятельности предприятия. Это обусловлено применением большой группы показателей.

Говоря об особенностях анализа уровня конкурентоспособности следует отметить следующие аспекты.

Во-первых, оценка конкурентоспособности, т.е. расчет количественного показателя конкурентоспособности предприятия является исходным моментом для его производственно-хозяйственной деятельности в условиях рыночной экономики.

Во-вторых, изучение конкурентоспособности должно вестись непрерывно и систематически, особенно учитывая при этом стадию жизненного цикла предприятия и продукции. Такой подход позволяет своевременно принимать решения об оптимальных изменениях товарного ассортимента, необходимости поиска новых рынков или новых рыночных ниш, расширении или создании новых производственных мощностей, разработке новых или модернизации выпускаемых изделий.

В-третьих, специфичность оценки уровня конкурентоспособности предприятия вызывает необходимость использовать целый ряд статистических показателей, свидетельствующих о степени устойчивости положения предприятия, способностью выпускать продукцию, пользующуюся спросом у потребителей и обеспечивающую ему стабильную прибыль. К числу таких статистических показателей следует отнести:

- отношение общей стоимости продаж к стоимости нереализованной продукции, свидетельствующее о падении спроса на продукцию предприятия и затоваривании готовой продукцией;

- отношение прибыли к общей стоимости продаж, свидетельствующее о повышении конкурентоспособности предприятия;

- отношение стоимости реализованной продукции к ее количеству за текущий период, определяющее за счет какого фактора, увеличились продажи – за счет роста цен или возрастания объема реализованной продукции;

- отношение суммы продаж к сумме дебиторской задолженности, показывающее какая доля реализованной продукции приобретена покупателями на основе коммерческого кредита (понижение этого показателя означает сокращение продаж в кредит);

- отношение сбытовых расходов к общей сумме прибыли, позволяющее обнаружить непроизводительные расходы по всей цепочке товародвижения от производителя до потребителя.

В зависимости от конкретных целей анализа используются и другие статистические социально-экономические показатели, их сочетания и статистические методы, которые позволяют дать количественную и качественную оценку деятельности предприятия в области обеспечения конкурентоспособности.

Достоверна оценка возможностей предприятия, отдельных аспектов его потенциала, других факторов в зависимости от тех целей, которые преследуются, является основой эффективности деловых отношений между контрагентами на рынке. Общим же критерием, по которому производится выбор партнера (поставщика, контрагента, субподрядчика и т.п.) для реализации определенных целей, будет выступать конкурентоспособность предприятия.

Для конкретной оценки уровня конкурентоспособности предприятия нами предлагается методический подход на основе детального анализа всех резервов конкурентоспособности предприятия, как производных от деятельности самого субъекта хозяйствования, так и от возможностей этого субъекта оперативно приспосабливаться и использовать внешние возбуждения рынка. Это позволит начать проникновение на новые рынки или расширение рыночной доли, а в конечном счете повышает прибыльность предприятия.

Предлагаемый методический подход является и основой для проведения сопоставительной рейтинговой оценки уровня конкурентоспособности предприятия. А это позволяет выявить не только место данного предприятия среди отечественных и зарубежных конкурентов, но и четко выявить за счет каких составляющих можно повысить собственную конкурентоспособность, в чем состоят сильные и слабые стороны конкурентов.

Для практической реализации предлагаемого методического подхода, исходя из осуществленной классификации резервов конкурентоспособности предприятия, выделяется 5 групп показателей, характеризующих основные составляющие потенциала предприятия:

1. Показатели, определяющие организационный (в том числе научно-технический и маркетинговый) потенциал;
2. Показатели производственно-технологического потенциала;
3. Показатели финансово-экономического потенциала;
4. Показатели социального потенциала;
5. Показатели, характеризующие резервы, связанные с неиспользованными возможностями рыночной ситуации.

В зависимости от поставленной задачи, оценка уровня конкурентоспособности предприятия может иметь разную степень детализации и глубину исследования по отдельным направлениям. Это объясняется высокой степенью взаимосвязанности показателей: изменение одних показателей может быть следствием изменения других, например, снижение рентабельности активов часто связано с ухудшением оборачиваемости активов.

Кроме того, анализ конкурентоспособности по отдельным показателям или по показателям отдельных направлений возможен и необходим для оценки и сравнения наиболее важных либо ключевых параметров деятельности для сопоставления их с показателями конкурентов.

Следует отметить, что применяемые в настоящее время рейтинговые оценки конкурентоспособности предприятия, как правило, основываются либо на экспертных оценках, либо на результатах опросов, т.е. в них нет четкого количественного критерия, отображающего внутреннее состояние предприятия и степень адекватности его действий условиям функционирования рынка.

На наш взгляд, предлагаемый методический подход эту задачу решает. Следовательно, обоснованность и достоверность решений, принимаемых управленческим аппаратом предприятия, может быть значительно повышена, а это не может не сказаться на результативности его деятельности.