

контроллинга в организациях / А.М. Карминский, Н.И. Оленев, А.Г. Примак, С.Г. Фалько. – 2-е изд. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 256с.

3. Лебедев П.В. Контроллинг: теория, методика, практика. – Мн.: УП «ИВЦ Минфина», 2001. – 152с.

УДК 65.011

## МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

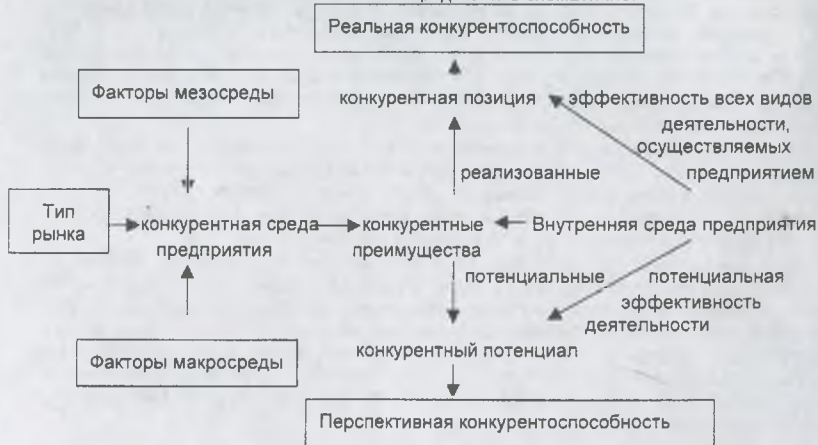
*И.Н. Бабеня*

*Учреждение образования «Белорусский  
государственный экономический университет»*

В эпоху глобализации экономики и усиления конкуренции на внутренних рынках одним из критериев эффективности деятельности субъекта хозяйствования на рынке и востребованности выпускаемой им продукции является конкурентоспособность.

Предприятие функционирует во внешней среде. Частью внешней среды является конкурентная среда. Структурно ее можно рассматривать как совокупность ряда взаимосвязанных или независимо существующих факторов и субъектов внешней по отношению к предприятию среды, определяющих виды, формы и силу конкуренции на сегменте (или сегментах) рынка данного предприятия, и влияющих на выбор механизма и методов осуществления конкуренции. Фактор в данном случае - это существенное обстоятельство внешней среды.

Взаимосвязь основных понятий можно представить схематично.



Специфика конкурентной среды предприятия определяется типом (формой) рынка: совершенной конкуренции, чистой монополии, монополистической конкуренции, олигополии (как типов рынков продавцов); полиполии, олигополии, монополии (типы рынков покупателей).

В экономической литературе сформировались три основных подхода к определению конкуренции: поведенческий, при котором акцент делается на борьбу компаний друг с другом (А. Смит, В. И. Кнорринг, Азоев Г. Л., Юданов А. Ю. и т. д.); структурный - основное внимание уделяется структуре рынка и описанию тех условий, которые господствуют на нем (Ф. Найт, К. Р. Макконнелл и С. Л. Брю); функциональный, при котором описывается роль, которую конкуренция играет в экономике (Й. Шумпетер, Ф. А. фон Хайек). В отношении любых социальных, биологических, производственных систем конкуренция – это отношения взаимосвязи и взаимодействия двух и более субъектов, функционирующих в общих для них условиях (формирующихся под влиянием разнообразных факторов), возникающие при столкновении их интересов по поводу достижения одной и той же цели (целей)

Можно дать следующие определение конкуренции как экономической категории: конкуренция – экономические отношения взаимосвязи и взаимодействия двух и более функционирующих на одном и том же рынке субъектов, возникающие при столкновении их интересов по поводу достижения одной и той же (частично или полностью совпадающей) цели (целей). В качестве субъектов экономической конкуренции могут выступать страны, регионы, отрасли, фирмы, покупатели, продавцы, посредники и проч. Речь может идти не только о товарном рынке или рынке услуг. Имеется ввиду рынок как всякий институт или механизм, который сводит вместе покупателей и продавцов конкретных товаров, услуг, ресурсов (мировой рынок, национальный, рынок капитала, финансовый, рабочей силы и проч). Для того, чтобы достичь поставленных целей организации необходимы ресурсы. Более конкурентоспособная - страна, отрасль, регион, организация, которая достигает цели (целей) конкуренции в более короткие сроки и/или с более высокими количественными показателями при меньшем объеме расходовемых ресурсов.

Необходимым условием конкуренции является наличие ограничений в возможности достижения поставленной цели. В качестве таковых может выступать ограниченность ресурсов, в этом случае субъекты конкурируют за доступ к ресурсам (конкуренция на входах в организацию – конкуренция между покупателями). При ограниченности спроса конкуренция возникает за возможность реализовать товар (конкуренция на выходах организации – конкуренция между продавцами). Таким образом, конкурирующими являются фирмы, оперирующие на одном и том же рынке и ставящие при этом частично или полностью совпадающие (одинаковые) цели. Конкурирующими могут быть фирмы не только функционирующие на одном сегменте товарного рынка. Например, при ограниченности кредитных ресурсов банков в случае необходимости привлечения кредитов, конкурировать между собой за доступ к таким ресурсам могут предприятия различных отраслей. Общая практика банковской деятельности такова, что наиболее конкурентоспособным в этом случае будет предприятие, имеющее более устойчивое финансовое положение.

Но любое ли предприятие является конкурентоспособным? Организация, оперирующая на рынке вынуждена учитывать действия конкурентов, так как последние могут оказывать влияние на уровень достижения ею целей конкуренции. Конкурентоспособность – это способность субъекта конкурировать на рынке, т.е. свойство субъекта, выражающееся в его реальной или потенциальной способности и возможности своими действиями ограничивать возможность других конкурирующих фирм односторонне воздействовать на ситуацию на рынке, а также способность прямо или косвенно влиять на уровень достижения конкурирующими фирмами поставленных ими целей. Такое понимание не противоречит определению конкурентоспособности Майкла Портера: «конкурентоспособность - свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений».

Конкурентоспособность субъекта – понятие относительное и может оцениваться в рамках конкурентного рынка при сравнении предприятия с конкурентами.

Таким образом, конкурентоспособность – представляет собой категорию эффективности деятельности фирмы на рынке, на более высоком уровне, чем внутрифирменная эффективность. Если речь идет о конкурентоспособности на товарных рынках или рынках услуг, очевидно, определение её уровня должно будет включать оценку позиции предприятия на рынке по сравнению с конкурентами и оценку эффективности всех видов деятельности, осуществляемых предприятием. М. Портер называет их ценностными видами деятельности. Одним из показателей конкурентоспособности организации может выступать показатель стоимости компании, т.к. он интегрирует в себе оценку внутренней деятельности фирмы и ее ценности в глазах потенциальных собственников и инвесторов.

Под конкурентной позицией предприятия Азов Г.Л. и Челенков А.П. понимают степень его доминирования на рынке. Согласно Ансоффу И., конкурентная позиция – это позиционирование компании на различных сегментах рынка с учетом ценовой и неценовой конкуренции. В качестве показателей при оценке конкурентной позиции могут использоваться доля компании на рынке, ее динамика, объем продаж и т.п. Уровень этих показателей напрямую связан с конкурентоспособностью продукции. Конкурентная позиция предприятия – результат реализации предприятием его конкурентных преимуществ. Р.А. Фатхутдинов определяет конкурентное преимущество как превосходство объекта управления в какой либо области деятельности по сравнению с конкурентами. Азов Г.Л. конкретизировал перечень этих сфер деятельности, отметив, что конкурентные преимущества «являются концентрированным проявлением превосходства в экономической, технической, организационной сфере деятельности предприятия, которое можно измерить экономическими факторами». Однако, источником конкурентного преимущества может быть не только внутренняя, но и внешняя среда предприятия. Например, использование государством инструментов вертикальной экономической политики ставит предприятия в неравные условия хозяйствования и может выступать фактором конкурентного преимущества для отдельных предприятий.

Эффективность видов деятельности, осуществляемых организацией, при определении уровня конкурентоспособности организации может оцениваться отдельно по каждому виду деятельности с расчетом сводного показателя эффективности, или через такие показатели как объем прибыли, производительность труда и т.д. Захаров А.Н. и Зокин А.А. в качестве обобщающего показателя эффективности предлагают использовать так называемый индекс совокупной факторной производительности, который рассчитывается на базе производственных функций путем приведения стоимостных оценок факторов труда и капитала к единой размерности с учетом изменения их вклада в результаты производства по сравнению с базовым периодом.

Для расчета реальной конкурентоспособности предприятия (РКСП) можно также воспользоваться следующей формулой:

$$РКСП_i = БП_i / Д_i$$

где БП – балансовая прибыль i-того предприятия, млн. руб.

Д<sub>i</sub> – доля рынка i-того предприятия, в долях от единицы.

Относительная конкурентоспособность (ОКСП<sub>i</sub>) характеризует уровень конкурентоспособности i-того предприятия по отношению к конкурентоспособности предприятия-лидера в отрасли (РКСП<sub>л</sub>).

$$ОКСП_i = РКСП_i / РКСП_л$$

Результаты расчетов абсолютной и относительной конкурентоспособности предприятий швейной и обувной отраслей, входящих в концерн «Беллепром», приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Уровень абсолютной и относительной конкурентоспособности предприятий швейной и обувной промышленности в 2002-2003 годах

| Предприятия подотраслей легкой промышленности | 2002 год                           |                   | 2003 год                           |                   |
|---|------------------------------------|-------------------|------------------------------------|-------------------|
|   | РКСП, млн. руб. на 0,01 доли рынка | Относительная КСП | РКСП, млн. руб. на 0,01 доли рынка | Относительная КСП |
| ОАО "Элема"                                   | 7844,8                             | 0,597             | 4348,1                             | 0,310             |
| ОАО "ЗИ»                                      | -15049,5                           | -1,146            | -675,6                             | -0,048            |
| ОАО "Славянка"                                | 230,8                              | 0,018             | 3388,0                             | 0,242             |
| ЗАО "Веснянка"                                | 6794,7                             | 0,517             | 99,5                               | 0,007             |
| РУПП "Баравчанка"                             | 197,3                              | 0,015             | 4723,0                             | 0,337             |
| УП "Новогр. шв. ф."                           | 12490,3                            | 0,951             | 14009,6                            | 1,000             |
| ОАО "Надзея"                                  | -314,9                             | -0,024            | -11068,4                           | -0,790            |
| ОАО "Элод"                                    | 13134,3                            | 1,000             | 6414,2                             | 0,458             |
| РУП "Лона"                                    | -7675,6                            | -0,584            | -1441,8                            | -0,103            |
| ОАО "Мона"                                    | -6371,3                            | -0,485            | -3303,4                            | -0,236            |
| ОАО ""Надекс"                                 | 423,4                              | 0,032             | 8621,3                             | 0,615             |
| ЗАО "Каланка"                                 | -1304,7                            | -0,099            | 4081,6                             | 0,291             |
| ОАО "Юнона"                                   | 136,2                              | 0,010             | 2212,1                             | 0,158             |
| ОАО "Борисов. шв. ф."                         | -13781,1                           | -1,049            | -27744,9                           | -1,980            |
| ОАО "Элиз"                                    | 3975,6                             | 0,303             | 1514,1                             | 0,108             |
| Итого по швейной отрасли                      | 3313,0                             | 0,252             | 3070,0                             | 0,219             |
| РУПП "Ритм"                                   | -54530,0                           | -1,030            | -86149,9                           | -3,404            |
| ОАО "Луч"                                     | 52923,0                            | 1,000             | 25308,5                            | 1,000             |
| РОУП "Труд"                                   | 12335,1                            | 0,233             | 16025,6                            | 0,633             |
| ОАО "Красный Октябрь"                         | 7371,5                             | 0,139             | -3999,8                            | -0,158            |
| ОАО "Неман"                                   | 14390,5                            | 0,272             | 9418,9                             | 0,372             |
| ОАО "Лидская об.ф."                           | 14920,8                            | 0,282             | 8186,4                             | 0,323             |
| ОАО "Обувь"                                   | 15479,6                            | 0,292             | 5317,7                             | 0,210             |
| ОАО "Барановичская об. ф."                    | -40984,5                           | -0,774            | -75099,0                           | -2,967            |
| ОАО "Бобруйская об. ф."                       | 6655,7                             | 0,126             | -13305,2                           | -0,526            |
| СП "Отико"                                    | 16144,6                            | 0,305             | 8796,8                             | 0,348             |
| СП "Чевляр"                                   | -18055,0                           | -0,341            | -47234,9                           | -1,866            |
| ООО "Сивельга"                                | 12511,7                            | 0,236             | 8683,6                             | 0,343             |
| СП "Рейлит"                                   | -5246,1                            | -0,099            | 84,0                               | 0,003             |
| СП"Белвест"ООО                                | 4095,5                             | 0,077             | -1164,3                            | -0,046            |
| Итого по обувной отрасли                      | 8748,0                             | 0,165             | 1402,0                             | 0,055             |

При более низком по сравнению с предприятиями обувной промышленности уровне абсолютной конкурентоспособности, предприятия швейной отрасли в меньшей степени дифференцированы по уровню относительной конкурентоспособности, среди них сокращается количество неконкурентоспособных предприятий. В обувной промышленности уровень абсолютной конкурентоспособности резко сократился. Количество неконкурентоспособных предприятий выросло с 28,6% до 42,9%. По сравнению со швейной отраслью в обувной промышленности наблюдается больший разрыв между уровнем конкурентоспособности лидера и других предприятий отрасли.