

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК РЕГИОНА

© 2012 Г.Х. Батов, Ю.В. Пучкина, Р.А. Чомаева
E-mail: salima@list.ru

Предлагаемый метод определения и применения показателей оценки конкурентоспособности предприятия позволяет обнаружить проблемные участки в его деятельности и скрытые резервы. Преимуществом данной методики является то, что она дает возможность определить степень готовности предприятия к различным изменениям рынка.

Ключевые слова: конкурентоспособность, методика, потенциал, перерабатывающие предприятия, оценка конкурентоспособности, интегральная оценка, регион.

Важной предпосылкой социально-экономического процветания России является стабилизация и рост производства во всех отраслях и на каждом отдельно взятом предприятии. Однако в условиях рыночной экономики нужен рост не любого производства и любой ценой, а только конкурентоспособного. В настоящее время в регионах и стране в целом проблема конкурентоспособности стоит очень остро. Заинтересованность предприятий в результатах своей деятельности усиливает необходимость повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции, что требует совершенствования работы всех служб и подразделений хозяйствующего субъекта. Конкурентоспособность выступает важнейшим фактором обеспечения безопасности объекта, т.е. его выживания в “суровых условиях действительности” и его последующего эффективного развития¹.

Из теории систем известно, что эффективность управления системой в существенной степени зависит от правильного выбора контрольного параметра подсистемы обратной связи, достоверности его измерения, интерпретации и разработки эффективных корректирующих воздействий. В качестве обратной связи в системе управления конкурентоспособностью предприятия предлагается использовать ее оценку, которая направлена на оперативное выявление отклонений в системе и на их локализацию. Выполняя функцию обратной связи, она становится одним из основных организационно-экономических инструментов формирования и обеспечения конкурентоспособности предприятия.

Достоверность оценки конкурентоспособности предприятия в значительной мере зависит от правильного определения коэффициента весомости. В настоящее время универсальной методи-

ки определения коэффициентов весомости показателей различных объектов не существует. Однако для оценки конкурентоспособности товара и конкурентного потенциала предприятия и интегрирования их в показатель конкурентоспособности предприятия возможно определить весовые коэффициенты методом анализа иерархий. При этом учитывается многокритериальность и неопределенность задачи, что позволяет осуществлять выбор решения из множества альтернатив различного типа на основании критериев, выражающихся как количественными, так и качественными характеристиками².

Конкурентоспособность предприятия в существенной степени зависит от того, на каком этапе жизненного цикла находятся предприятие и его товары в момент оценки. По мере развития предприятия значимость конкурентоспособности его товара возрастает, а конкурентного потенциала снижается. У состоявшегося предприятия, как правило, уже создан хороший конкурентный потенциал, и его надо оценивать по тому, как этот потенциал реализуется, т.е. по конкурентоспособности его товаров. У недавно созданных предприятий с точки зрения перспектив при оценке нужно большее внимание уделять показателям конкурентного потенциала. При наличии этих оценок за ряд интервалов времени можно проследить характер изменений, выявить факторы, влияющие на уровень конкурентоспособности предприятия, и управлять ею. В стадии банкротства и ликвидации предприятия проводить оценку его конкурентоспособности нецелесообразно.

Конкурентоспособность предприятий определяется индивидуально, однако при отсутствии объекта для сравнения ее уровень ценности не представляет. Она должна сравниваться с пока-

зателями конкурентов, полученными по той же методике, т.е. должна проводиться параллельная оценка конкурентоспособности исследуемого объекта и его конкурентов. Модель позволяет системно решить вопросы управления по этапам, а также учитывает динамику процессов во времени³.

Целью разработки и построения модели конкурентоспособности предприятия является правильное определение конкурентной стратегии, согласованной с условиями конкретной отрасли, навыками и капиталом, которыми обладает конкретное предприятие.

При построении экономической модели для рассматриваемой экономической категории выделяются структурные элементы, такие как категория конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности товара, соответствующие данной цели, выявляются наиболее важные качественные характеристики этих элементов.

Группировка параметров опирается на анализ широкого комплекса проблем технического, экономического и социального характера, в результате чего выявляются переменные, обеспечивающие конкурентоспособность. Исходной точкой такого анализа выступает определение перечня технических и экономических факторов конкурентоспособности, которые трактуются как совокупность критериев количественной оценки уровня конкурентоспособности предприятия.

Данный интегральный показатель должен отражать все возможные аспекты деятельности предприятий и его текущее положение на рынке. В силу обоснованной необходимости количественной оценки конкурентоспособности предприятия предлагается методика оценки конкурентоспособности перерабатывающего предприятия.

В ходе применения данной методики исследуются различные области деятельности предприятия, при этом анализируются такие аспекты, как: рыночная активность, материально-техническая сфера, организационно-управленческая сфера, инвестиционная сфера и финансовая сфера. Определяющим фактором повышения конкурентного статуса предприятия принята конкурентоспособность продукции.

В первую группу, как правило, входят показатели, характеризующие рыночную активность предприятия и текущее состояние рынка: востребованность выпускаемой предприятием продукции, занимаемая предприятием доля рынка, сте-

пень популярности предприятия и привлекательности его продукции, экономичность производственных издержек, позиционирование на мировом и внутреннем рынках, развитость кооперационных связей, степень интенсивности иностранной конкуренции, уровень концентрации рынка.

Во вторую группу объединены показатели, отражающие материально-техническое обеспечение: рациональность эксплуатации основных фондов, совершенство технологии изготовления продукции, организация труда на производстве, эффективность управления запасами, оборотными средствами.

Третья группа включает показатели, позволяющие получить информацию о рациональности использования трудовых ресурсов, степени удовлетворенности персонала условиями труда и проводимой на предприятии социальной политикой, средствах мотивации труда, экономичности управленческих расходов.

В четвертую группу входят показатели конкурентоспособности продукции, характеризующие ее качество, ассортимент, новизну, затратность, а также уровень послепродажного сервиса.

К пятой группе относятся показатели, дающие представление об инновационной активности и инвестиционной привлекательности предприятия.

Шестая группа - показатели, характеризующие эффективность управления финансами: способность предприятия расплатиться по своим долгам, финансовая устойчивость, возможность стабильного развития предприятия в перспективе.

Интегральный показатель конкурентоспособности предприятия рассчитывается следующим образом:

$$I_{rg} = \frac{\sum_{j=1}^m k_{knj} \cdot d_j}{\sum_{j=1}^m d_j}, \quad (1)$$

где d_j - коэффициент весомости каждого компонента конкурентоспособности предприятия, определяемый экспертным путем;

m - количество компонентов конкурентоспособности предприятия.

На основе относительных показателей можно определить обобщенную характеристику каждой составляющей конкурентоспособности предприятия по формуле средней геометрической

$$Y_{KIIj} = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n K_i}, \quad (2)$$

где K_i - частный индикатор, характеризующий отдельные компоненты конкурентоспособности предприятия;

n - количество частных индикаторов.

Для оценки конкурентоспособности предприятия предложена система, состоящая из 80 показателей, объединенных в шесть перечисленных групп.

Исходя из предложенной методики и группировки показателей нами проанализировано состояние некоторых предприятий перерабатывающей отрасли АПК Ставропольского края и Карачаево-Черкесской Республики. Для определения конкурентоспособности были рассчитаны индикаторы и дана оценка состояния интегрального показателя конкурентоспособности по пяти перерабатывающим предприятиям этих регионов. К ним относятся ОАО "Мукомол", ООО "Элеватор Курсавский", ООО "Мелькомбинат Андроповский", ООО «Фирма "Хаммер"», ЗАО "Карачаево-Чер-

кесский мукомол". Первые три предприятия функционируют в Ставропольском крае, последние два предприятия находятся на территории Карачаево-Черкесской Республики. Общим для всех является то, что они выпускают однородную (мукомольную) продукцию и конкурируют между собой в Северо-Кавказском регионе (табл. 1).

Как показывает табл. 1, наиболее высокий уровень конкурентоспособности показывает ОАО "Мукомол", которое опережает своих конкурентов за счет высокой финансовой устойчивости, инновационно-инвестиционной активности и организационно-управленческих технологии. Наиболее низкие показатели у ООО «Фирма "Хаммер"». Но нас интересует ЗАО "Карачаево-Черкесский мукомол", который занимает среднее положение среди исследуемых предприятий. Наиболее слабыми звеньями у предприятия являются низкая рыночная активность, слабая инновационно-инвестиционная политика, низкие показатели финансовой устойчивости. Но у предприятия имеется определенный потенциал, связанный с возможностями использования инноваций и мар-

Таблица 1

Сравнительная интегральная оценка уровня конкурентоспособности предприятий перерабатывающей отрасли АПК региона

Предприятие	Год	Рыночная активность	Материально-техническая сфера	Организационно-управленческая сфера	Конкурентоспособность продукции	Финансовая сфера	Инвестиционная сфера	Интегральная оценка конкурентоспособности предприятия
		Коэффициенты весомости						
		0,23	0,21	0,18	0,17	0,11	0,10	
ОАО "Мукомол"	2008	0,2783	3,4541	0,6751	0,5658	1,7217	0,5439	0,8750
	2009	0,3171	3,3142	0,8394	0,5576	1,6791	0,3694	0,9620
	2010	0,2291	3,262	0,8561	0,5833	1,7678	0,8134	1,0910
ООО "Элеватор Курсавский"	2008	0,3218	4,1642	0,6356	0,6547	1,3435	1,2182	0,9943
	2009	0,2244	3,7682	0,5335	0,6356	1,8673	1,1711	0,9433
	2010	0,2135	3,5621	0,5654	0,6892	1,6127	1,3182	0,9538
ООО "Мелькомбинат Андроповский"	2008	0,3729	2,1962	0,7183	0,4356	0,6945	0,4367	0,6815
	2009	0,3161	3,3439	0,6164	0,3799	0,6649	0,4522	0,7266
	2010	0,3318	3,8430	0,6288	0,3856	0,6871	0,4569	0,8259
ООО «Фирма "Хаммер"»	2008	0,3102	5,5763	0,5531	0,7610	-1,3140	0,7756	0,5438
	2009	0,3343	5,8452	0,5167	0,6452	-1,5132	0,7873	0,5120
	2010	0,3539	5,5122	-0,6363	0,4529	-1,1295	0,7980	0,4659
ЗАО "Карачаево-Черкесский мукомол"	2008	0,7786	4,7249	0,4438	0,6266	0,3591	0,3188	0,7254
	2009	0,2183	4,4209	0,4143	0,5652	0,1911	0,3694	0,7435
	2010	0,2769	4,9563	0,3788	0,6650	0,3411	0,4642	0,8537

кетинговых технологий. Остальные исследуемые предприятия действуют на рынке мукомольной продукции, обеспечив себя определенным сегментом и занимая промежуточное положение между высоко и низко конкурентными предприятиями.

Важным элементом определения “местонахождения” предприятия на данном рынке является оценка уровня конкурентоспособности предприятия, для чего воспользуемся методом Н.П. Гончаровой, основанным на применении функции желательности⁴. Функция желательности представляет собой безразмерную шкалу оценки конкурентоспособности предприятия.

шее время является многопрофильным предприятием, включающим в себя приемку и переработку зерна и масличных культур. Емкости элеватора позволяют одновременно принять более 75 тыс. т зерновых и масличных культур, зарекомендовал себя надежным партнером, готовым работать со своими клиентами на взаимовыгодных условиях. Весь этот зернохранилищный комплекс оснащен современным оборудованием, механизирован и компьютеризирован. За последнее несколько лет удалось осуществить настоящее техническое перевооружение, направленное на дальнейшее развитие. Здесь не экономят сред-

Таблица 2

Характеристика значений уровня конкурентоспособности исследуемых предприятий

Значение интегрального коэффициента конкурентоспособности предприятия	Характеристика уровня конкурентоспособности предприятия
0	Предприятие является неконкурентоспособным
0,2	Очень низкий уровень конкурентоспособности
0,4	Низкий уровень конкурентоспособности
0,6	Средний уровень конкурентоспособности
0,8	Высокий уровень конкурентоспособности
1 и более	Очень высокий уровень конкурентоспособности

Нулевое значение функции желательности говорит о неконкурентоспособности предприятия, а значение функции желательности, больше или равное единице, соответствует максимально возможному уровню конкурентоспособности (табл. 2).

Данная методика была апробирована на пяти предприятиях перерабатывающей отрасли АПК различных регионов. Исследование охватывает период с 2008-го по 2010 г.

Результаты расчета обобщающих показателей оценки каждого компонента конкурентоспособности предприятия и интегральных показателей отражены в табл. 2. По результатам расчетов проведена рейтинговая оценка предприятий по значениям интегрального коэффициента конкурентоспособности (табл. 3).

Рейтинговая оценка исследуемых предприятий показывает, что ОАО “Мукомол” занимает лидирующее положение и при этом с каждым годом укрепляет его. Основным фактором, позволяющим успешно действовать, является финансовая устойчивость, у предприятия он наиболее высокий из всех анализируемых предприятий.

В то же время надо отметить, что ОАО “Мукомол” имеет серьезного конкурента в лице ООО “Элеватор Курсавский”. ООО “Элеватор Курсавский”, начавший свою работу в 1972 г., в настоя-

щего времени является многопрофильным предприятием, прекрасно понимая, что от этого зависит, останется ли предприятие на рынке.

Проведенное исследование показало, что между предприятиями ООО “Мелькомбинат Андроповский” и ЗАО “Карачаево-Черкесский мукомол” существует жесткая конкурентная борьба, здесь нет безусловного лидера. Однако некоторое предпочтение надо отдать ЗАО “Карачаево-Черкесский мукомол”, так как у него более высокий уровень материально-технической базы и более высокая конкурентоспособность продукции.

Самые низкие показатели у ООО «Фирма “Хаммер”», и если менеджмент предприятия не предпримет конкретных и кардинальных действий, то предприятию придется покинуть данный рынок.

Разработанная методика оценки конкурентоспособности предприятия позволяет оценить текущие позиции предприятия относительно конкурентов, а также выявить эффективность его деятельности в разрезе выделенных сфер, что способствует целенаправленной разработке и реализации стратегических решений по повышению уровня конкурентоспособности предприятия и активизации инновационной деятельности.

Таблица 3

Рейтинговая оценка исследуемых предприятий перерабатывающей отрасли региона за 2008-2010 гг.

Предприятие	Значение коэффициента конкурентоспособности предприятия	Характеристика уровня конкурентоспособности предприятия	Рейтинговое место
2008			
ОАО "Мукомол"	0,8750	Высокий уровень конкурентоспособности	1
ООО "Элеватор Курсавский"	0,9943	Высокий уровень конкурентоспособности	1
ООО "Мелькомбинат Андроповский"	0,6815	Средний уровень конкурентоспособности	2
ООО «Фирма "Хаммер"»	0,6996	Низкий уровень конкурентоспособности	3
ЗАО "Карачаево-Черкесский мукомол"	0,8160	Средний уровень конкурентоспособности	2
2009			
ОАО "Мукомол"	0,9620	Высокий уровень конкурентоспособности	1
ООО "Элеватор Курсавский"	0,9433	Высокий уровень конкурентоспособности	1
ООО "Мелькомбинат Андроповский"	0,7266	Средний уровень конкурентоспособности	2
ООО «Фирма "Хаммер"»	0,5120	Низкий уровень конкурентоспособности	3
ЗАО "Карачаево-Черкесский мукомол"	0,7435	Средний уровень конкурентоспособности	2
2010			
ОАО "Мукомол"	1,0910	Наивысший уровень конкурентоспособности	1
ООО "Элеватор Курсавский"	0,9538	Наивысший уровень конкурентоспособности	2
ООО "Мелькомбинат Андроповский"	0,8259	Высокий уровень конкурентоспособности	2
ООО «Фирма "Хаммер"»	0,4659	Высокий уровень конкурентоспособности	3
ЗАО "Карачаево-Черкесский мукомол"	0,8537	Очень высокий уровень конкурентоспособности	1

Степень стабильности конкурентного положения предприятия на рынке общепринято характеризовать с помощью доли рынка. Доля рынка является важным показателем, величину которого необходимо определять и прогнозировать. Рыночная доля - это отношение объема продаж определенного товара данного предприятия к суммарному объему продаж данного товара, осуществленному всеми субъектами, действующими на данном рынке. Этот показатель является ключевым при оценке конкурентной позиции предприятия. Поскольку хозяйствующий субъект с высокими показателями рыночной доли производит и реализует больше продукции, постольку себестоимость единицы продукции этого предприятия ниже по сравнению с показателями конкурентов.

Достичь конкурентных преимуществ, укрепить свои позиции и увеличить свой сегмент на рынке предприятие может за счет:

- обеспечения более низких издержек на производство и сбыт товара;
- обеспечения незаменимости продукта с помощью дифференциации.

Дифференциация означает способность предприятия предложить покупателю товар, обладающий большей ценностью, т.е. большей потребительной стоимостью. Дифференциация позволяет устанавливать более высокие цены, что обеспечивает большую прибыль. Помимо этого, перед предприятием стоит задача выбора того или иного рынка или сегмента, на котором он будет функционировать и конкурировать. Данный

выбор можно осуществить, используя зависимость между долей рынка и рентабельностью фирмы.

В результате оценки конкурентоспособности продукции могут быть приняты следующие решения:

- изменение технологии изготовления продукции, методов испытаний, системы контроля качества изготовления, хранения, упаковки, транспортировки;
- изменение цен на продукцию, цен на услуги, по обслуживанию;
- изменение порядка реализации продукции на рынке;
- изменение структуры и размера инвестиций в разработку, производство и сбыт продукции;
- изменение структуры и объемов кооперационных поставок при производстве продукции и состава выбранных поставщиков;
- изменение системы стимулирования поставщиков.

Предприятия, не обладающие возможностями для завоевания лидерства на рынке, должны сконцентрировать свои усилия на определенном сегменте и стремиться увеличивать там свои преимущества по отношению к конкурентам. Успеха добиваются не только крупные фирмы с большей долей рынка, но также относительно небольшие узкоспециализированные предприятия. Стремление небольших предприятий дублировать поведение крупных фирм, не считаясь со своими реальными возможностями, приводит к негативным последствиям - к утрате конкурентных позиций.

Анализ конкурентных позиций предприятия на рынке предполагает выяснение не только его сильных и слабых сторон, но и тех факторов, которые в той или иной степени воздействуют на отношение покупателей к предприятию и, как результат, на изменение его доли в продажах на конкретном товарном рынке.

В частности, организационные меры, направленные на повышение конкурентоспособности перерабатывающего предприятия, можно свести к следующим⁵:

- обеспечение технико-экономических и качественных показателей, создающих приоритетность продукции предприятия на рынке;
- изменение качества изделия и его технико-экономических параметров с целью учета тре-

бований потребителя и его конкретных запросов, повышение внимания к качеству продукции;

- выявление и использование ценовых факторов повышения конкурентоспособности продукции, в том числе применяемых предприятиями-конкурентами (скидок с цены, сроков и объема гарантий);
- воздействие непосредственно на потребителя путем проведения активной рекламной деятельности, предоставления денежного или товарного кредита, в частности путем рассрочки платежа.

Таким образом, оценка конкурентоспособности предприятия на конкретном рынке или его сегменте основывается на тщательном анализе технологических, производственных, финансовых и сбытовых возможностей предприятия, она призвана определить потенциальные возможности предприятия и мероприятия, которые предприятие должно предпринять для обеспечения конкурентных позиций на конкретном рынке. И в целом, предлагаемая модель определения и применения показателей оценки конкурентоспособности предприятия позволяет обнаружить, какие проблемные участки имеются в его деятельности и какие скрытые резервы еще не используются. Кроме того, она служит инструментом управления и на стратегическом, и на оперативном уровне. Преимуществом данной методики является то, что она позволяет определить степень готовности предприятия к возможным изменениям рынка.

¹ Стратегия инновационного обновления и повышения конкурентоспособности агропродовольственного комплекса России (XIII Кондратьевские чтения). М., 2005.

² См.: Зулькарнаев И. У. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий // Маркетинг в России и за рубежом. 2004. № 4 (24); Каплина О., Зайченко Д. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе процессного подхода // Маркетинг. 2005. № 4 (83).

³ Фасхиев Х. А., Попова Е. В. Как оценить конкурентоспособность предприятия // Маркетинг в России и за рубежом. 2003. № 4.

⁴ Анников М. Е. Формирование стратегии конкуренции в условиях переходной экономики // Менеджмент в России и за рубежом. 1997. № 10.

⁵ Завьялов П. С. Конкурентоспособность и маркетинг // Рос. экон. журн. 2005. № 12. С. 14-18.

Поступила в редакцию 05.01.2012 г.