

## ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА

УДК 658.009.02

*Г.П. БУТКО*

Уральская государственная лесотехническая академия



Бутко Галина Павловна родилась в 1955 г., окончила в 1976 г. Уральский лесотехнический институт, доцент кафедры менеджмента и ВЭД предприятия Уральской государственной лесотехнической академии. Имеет около 60 печатных работ по оценке ТЭУ и конкурентоспособности.

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Предложен метод оценки конкурентоспособности предприятий. Приведен алгоритм расчета.

A method of evaluating the competitiveness of enterprises is suggested. The computation algorithm is given.

Начатая в союзном масштабе в 1986 – 1987 гг. и продолженная на российском уровне либерализация ВЭД направлена на создание стимулов для производителей к расширению экспорта. В связи с этим особое значение приобретает конкурентоспособность предприятий, в том числе лесного комплекса.

Оценка конкурентоспособности предприятия является неотъемлемым элементом маркетинговой деятельности любого хозяйствующего субъекта. Важность такой оценки обусловлена рядом обстоятельств. Это стоимость разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности, выбор предприятием партнера для организации совместного выпуска продукции, привлечение средств инвестора в перспективное строительство, составление программы выхода предприятия на новые рынки сбыта и др. В любом случае преследуется цель определить положение предприятия на отраслевом рынке, что возможно лишь при наличии оперативной и объективной методики оценки конкурентоспособности.

В основе метода лежит оценка четырех групп показателей, роль и правило расчета которых изложены в таблице.

## Показатели конкурентоспособности предприятия

Показатели конкурентности	Роль показателя в оценке	Правила расчета
Эффективность производственной деятельности предприятия ( $\mathcal{E}_n$ )	—	$\mathcal{E}_n = 0,313 + 0,19\Phi + 0,4P_T + 0,1\Pi$
Затраты на 1 р. товарной продукции ( $Z$ ), р.	Отражает эффективность затрат при выпуске продукции	$Z =$ себестоимость товарной продукции / цена товарной продукции
Фондоотдача ( $\Phi$ ), р.	Характеризует эффективность использования основных производственных фондов	$\Phi =$ объем товарной продукции / среднегодовая стоимость основных производственных фондов
Рентабельность ( $P_T$ ), %	Характеризует степень прибыльности производства товара	$P_T =$ прибыль от реализации $\times 100$ % / себестоимость реализованной продукции
Производительность труда ( $\Pi$ ), р./чел.	Отражает эффективность организации производства и использования рабочей силы	$\Pi =$ объем товарной продукции / среднесписочная численность ППП
Финансовое положение предприятия ( $\Phi_n$ )	—	$\Phi_n = 0,29K_a + 0,2K_n + 0,36K_d + 0,15K_o$
Коэффициент автономии ( $K_a$ )	Характеризует независимость предприятия от заемных источников	$K_a =$ собственный капитал / общая сумма капитала
Коэффициент платежеспособности (покрытия) ( $K_n$ )	Отражает способность предприятия выполнять свои финансовые обязательства и измеряет вероятность банкротства	$K_n =$ собственный капитал / общие обязательства
Коэффициент валютной ликвидации ( $K_d$ )	Отражает качественный состав денежных средств, являющихся источниками покрытия текущих обязательств	$K_d =$ денежные средства / краткосрочные обязательства
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств ( $K_o$ )	Характеризует эффективность использования оборотных средств. Соответствует времени, в течение которого оборотные средства проходят все стадии производства и обращения	$K_o =$ выручка от реализации / среднегодовой остаток оборотных средств

Показатели конкурентности	Роль показателя в оценке	Правила расчета
Эффективность организации сбыта и продвижения товара ( $\mathcal{E}_c$ )	—	$\mathcal{E}_c = 0,37P_n + 0,29K_3 + 0,21K_m + 0,14K_p$
Рентабельность продаж ( $P_n$ ), %	Характеризует степень прибыльности работы предприятия на рынке, правильность установления цены товара	$P_n = \text{прибыль от реализации} \times 100 \% / \text{объем реализованной продукции}$
Коэффициент затоваренности готовой продукцией ( $K_3$ )	Отражает степень затоваренности готовой продукцией. Рост показателя свидетельствует о снижении спроса	$K_3 = \text{объем нереализованной продукции} / \text{объем реализованной продукции}$

В первую группу входят показатели, характеризующие эффективность управления производственным процессом: экономичность производственных затрат, рациональность эксплуатации основных фондов, совершенство технологии изготовления товара, организация труда на производстве. Во вторую группу объединены показатели, отражающие эффективность управления оборотными средствами: независимость предприятия от внешних источников финансирования, способность расплачиваться с долгами, возможность стабильного развития в будущем. В третью группу включены показатели, позволяющие получить представление об эффективности управления сбытом и продвижением товаров на рынке средствами рекламы и стимулирования; в четвертую – показатели конкурентоспособности товара: качество и цена.

Репрезентативность оценки конкурентоспособности показателей первых трех групп обеспечивается с помощью коэффициентов весомости, которые определяются экспертным методом через последовательные сравнения. Расхождения мнений экспертов не превышали 14 %.

Алгоритм определения коэффициента конкурентоспособности промышленного предприятия включает расчет единичных, групповых показателей и собственно коэффициента конкурентоспособности ( $K_{кп}$ ) по формуле

$$K_{кп} = 0,15\mathcal{E}_n + 0,29\Phi_n + 0,23\mathcal{E}_c + 0,33K_r,$$

где  $\mathcal{E}_n$  – показатель эффективности производственной деятельности предприятия;

$\Phi_n$  – показатель финансового положения предприятия;

$\mathcal{E}_c$  – показатель эффективности организации сбыта и продвижения товара на рынке;

$K_r$  – критерий конкурентоспособности товара.

Согласно рассмотренной методике выполнен расчет всех показателей для АО «Свердлеспром» за период 1995 – 1997 гг., после чего осуществлен перевод в баллы по отношению к базисному периоду, т. е. к 1995 г.

Для расчета показателя качества чаще других используют обобщающий показатель, оцениваемый комплексным методом. Вначале выясняют спектр потребительских свойств, по которым потребитель обычно судит о качестве товара. Затем с помощью коэффициентов весомости устанавливают важность отдельных показателей потребительских свойств в оценке. Сравнивая показатели потребительских свойств данного товара и товара конкурента, дают оценку в баллах.

В роли показателя цены выступает стоимость продажи товара или совокупная, складывающаяся из стоимости продажи и затрат при использовании товара по назначению.

Результаты анализа показывают, что в 1997 г. конкурентоспособность только 15 % исследуемых предприятий имела тенденцию к росту. У предприятий, занимающихся деревообработкой, показатели конкурентоспособности составляли от 1,7 до 4,8. Наиболее конкурентоспособными были ОАО «Лобвалес» (экспорт пиломатериалов), «Лялинсклес» и «Тавдалес» (производство плит и фанеры).

В условиях рынка основными показателями стратегии следует считать нормативы конкурентоспособности, т. е. задания на проведение исследований по определению путей ее достижения. Для этих целей используют данные изучения рынка на основе воспроизводственного и функционального подходов. Нормативы конкурентоспособности формируют исходя из следующих показателей: качество продукции; ресурсоемкость продукции; распределение по сегментам рынка; устойчивость предприятия; уровень технического развития предприятия.

---

Поступила 31 августа 1998 г.