

ИСТОЧНИКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2008 О.В. Карсунцева*

Ключевые слова: стратегия, управление, конкурентоспособность, оценка, эффективность, позиционирование, инновационность, адаптивность, рентабельность, выборка, экономия.

Рассмотрены проблемы формирования стратегии управления конкурентоспособностью предприятия. Особое внимание уделено источникам конкурентоспособности предприятия - оперативной эффективности и стратегическому позиционированию. Проанализировано различное сочетание ситуаций, связанных с оценкой степени эффективности рыночного позиционирования предприятия с помощью шкалы "адаптивность - инновационность". Предложен метод оценки конкурентоспособности, который сводится к расчету коэффициентов операционной эффективности предприятия, его инновационности и адаптивности.

Конкурентоспособность предприятия - сложный, интегральный показатель, который формируется под воздействием множества факторов, влияющих на все аспекты деятельности хозяйствующего субъекта¹. Вместе с тем, это множество можно сгруппировать в два основополагающих блока.

Первый блок, являясь отражением системы детерминантов в теории конкурентных преимуществ М.Портера, представляет собой совокупность факторов базирования предприятия. Второй блок, характеризуя влияние факторов конкурентной среды, соответствует известной модели пяти сил рыночной конкуренции.

Факторы базирования и факторы конкурентной среды находятся в тесном диалектическом единстве². Воздействуя друг на друга, вытекая один из другого, отмеченные блоки факторов формируют два источника конкурентоспособности предприятия: операционную эффективность и стратегическое позиционирование.

Операционная эффективность вбирает в себя комплексную оценку выполнения предприятием тех или иных видов деятельности, позволяющих более рационально использовать имеющиеся у него факторы производства. Уровень операционной эффективности предприятия в значительной степени зависит от факторов его базирования.

В свою очередь, стратегическое позиционирование предприятия главным образом диктуется факторами конкурентной среды и

заключается в создании уникальной и выгодной позиции, predetermined сочетанием видов деятельности, отличных от видов деятельности конкурентов.

Содержание стратегического позиционирования как одного из источников конкурентоспособности предприятия наполнено двумя ключевыми составляющими. Одна из них, являясь формой выражения отношений хозяйствующего субъекта с внешней средой, может трактоваться как его способность приспосабливаться к этой среде, отражая результативность процесса обновления, без которого невозможно себе представить ни одно современное предприятие рыночного типа. Эта составляющая характеризует адаптивность хозяйствующего субъекта к условиям внешней среды, гибкость его реагирования на окружающие изменения.

Основой адаптивности являются постоянно протекающие инновационные процессы, направленное воздействие которых обеспечивает внедрение новшеств во все сферы деятельности предприятия. Инновационность, таким образом, будучи залогом успешности предприятия в конкурентной борьбе, служит источником адаптивности. И вместе они формируют необходимые и достаточные условия рыночного стратегического позиционирования хозяйствующего субъекта.

Высокий уровень адаптивности хозяйствующего субъекта в современных условиях предполагает умение ритмично реализовывать целевое решение задач продажи товаров и

*Карсунцева Ольга Владимировна, кандидат экономических наук, Самарский государственный экономический университет (филиал в г. Сызрани).

оказания услуг с учетом конкретного покупателя, его индивидуальных потребностей и возможностей выбирать из множества конкурирующих на рынке предприятий по собственной шкале предпочтений. Эти предпочтения, выстраиваемые ранее по критериям, отражающим главным образом потребительские свойства товаров и услуг, их цену и качество, претерпели сегодня существенные изменения в сторону более глубокого разнообразия и усложнения.

Разумеется, в подобной обстановке более предпочтительно выглядят те предприятия, которые, с одной стороны, способны в кратчайшие сроки осваивать производство разнообразных товаров того же класса, что и у соперников-конкурентов. С другой, - предлагать своим покупателям новые товары и услуги, учитывая меняющиеся требования рынка либо инициируя формирование потребностей более высокого уровня.

Различное сочетание ситуаций, связанное с оценкой степени эффективности рыночного позиционирования предприятия, можно проанализировать, обратившись к рассмотрению его деятельности в координатах "адаптивность - инновационность" (рис. 1).

В представленной на рис. 1 системе координат пространство $A_H I_H$ занимают предприятия с низкими показателями адаптивности и инновационности. Эти предприятия в силу отсутствия у них ясного стратегического плана развития можно отнести к разряду проблемных. И перспективное пребывание таких предприятий на рынке при неизменном

отношении к инновационному менеджменту - вопрос времени.

Пространство $A_B I_H$ отражает положение предприятий, которые, невзирая на пассивную инновационную деятельность, удерживают показатель своей рыночной адаптивности на достаточно высоком уровне. Чаще обычного это результат продуктивного освоения номенклатурного ряда товаров, предусмотренного хорошо отработанной технологией. Вместе с тем, подобная ситуация непродолжительна и ограничена временным периодом, на протяжении которого технологическое оборудование позволяет поддерживать статус-кво.

К сожалению, адаптивность предприятия на рынке далеко не всегда соответствует показателю его инновационности. Нередки случаи, когда активная инновационная деятельность хозяйствующего субъекта не приносит адекватной отдачи из-за недостаточно продуманной рыночной идеологии, в связи с чем процессы производственного обновления не доводятся до их воплощения в массово реализованном товаре. В итоге просчеты "размывают" высокую инновационность предприятия, делая ее малоэффективной. Описанным предприятиям на рис. 1 отведено пространство $A_H I_B$.

И, наконец, пространство $A_B I_B$. В означенном пространстве находятся предприятия, стратегическое позиционирование которых позволяет им доминировать на рынке. Такому положению способствуют проводимые на предприятиях широкомасштабные инноваци-

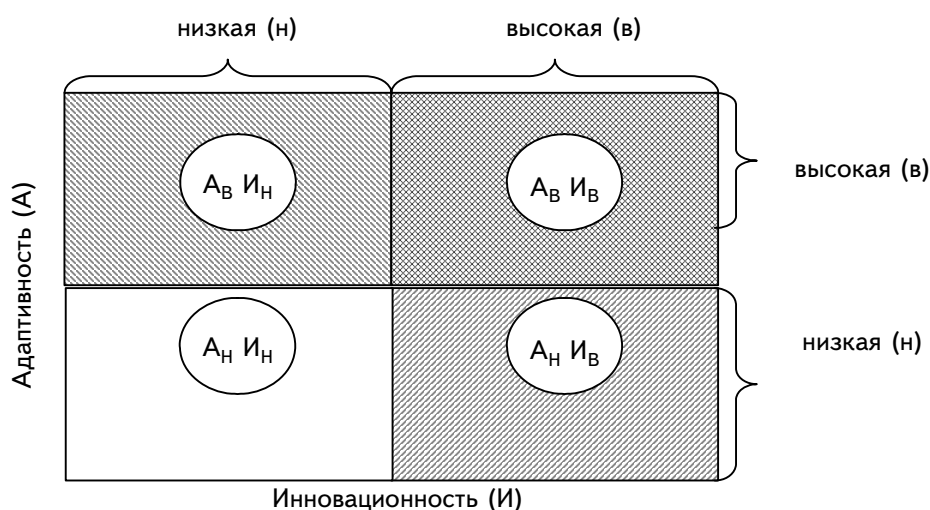


Рис. 1. Степень эффективности стратегического позиционирования предприятия в координатах "адаптивность - инновационность"

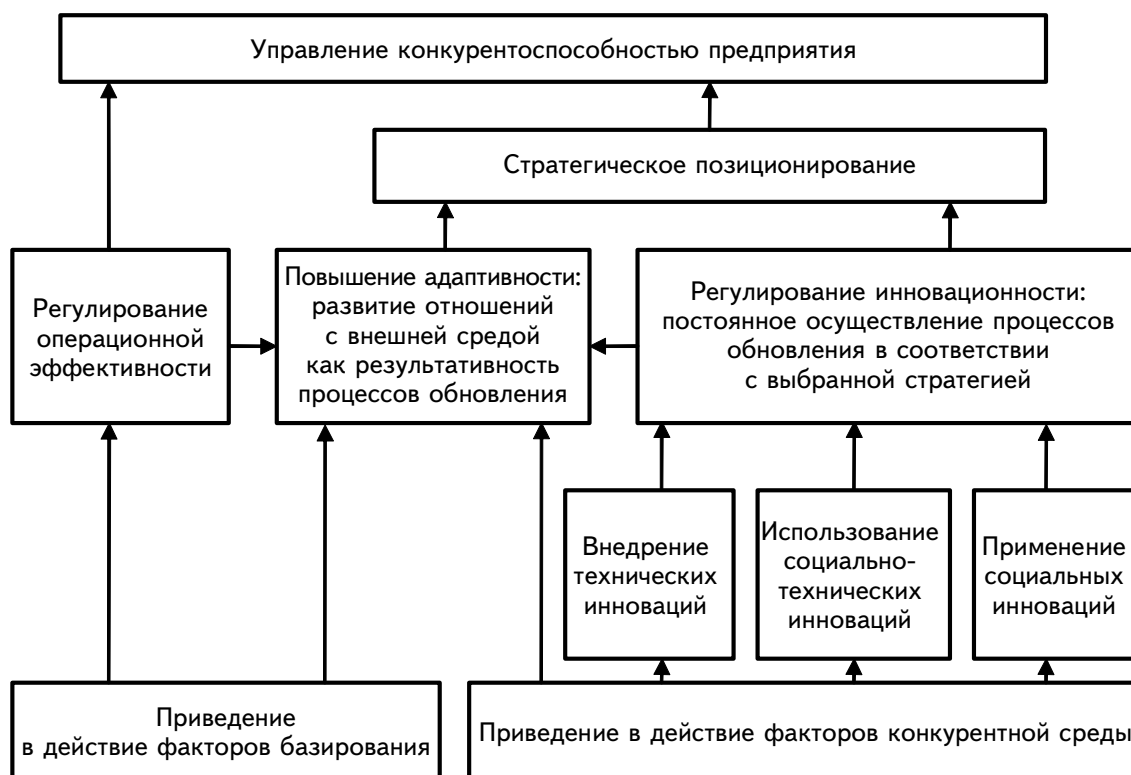


Рис. 2. Процесс управления конкурентоспособностью предприятия

онные мероприятия, пронизывающие и структуру производства, и управление персоналом, и маркетинговые схемы продвижения товара на рынок.

Описанные положения, касающиеся процесса управления конкурентоспособностью предприятия в условиях рынка, удобно представить в виде схемы, отражающей взаимодействие факторов и источников конкурентоспособности хозяйствующего субъекта (рис. 2).

Инновационные процессы, непрерывно и ритмично протекающие на предприятии и охватывающие все стороны его деятельности, востребованы влиянием факторов конкурентной среды. Активная инновационность хозяйствующего субъекта, в свою очередь, повышает степень его соответствия требованиям рынка, т.е. поднимает уровень его адаптивности.

Адаптивность, по сути дела, выступает как форма выражения отношений предприятия с внешней средой, характеризуя результативность процессов обновления. И вместе инновационность и адаптивность предприятия определяют эффективность его стратегического позиционирования - одного из двух источников конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

Другим источником конкурентоспособности является операционная эффективность деятельности предприятия, возможности которой формируются прежде всего факторами его базирования. Отражая гибкость технологической оснащённости предприятия, способность производить широкий диапазон товаров, в том числе и тех, которые обладают новизной, операционная эффективность, с одной стороны, создает условия для повышения рыночной адаптивности хозяйствующего субъекта, с другой, - характеризует рентабельность производственной деятельности предприятия.

Таким образом, представленная схема и составляющие ее элементы есть не что иное, как система взаимодействия комплекса внешних и внутренних факторов, влияющих на формирование конкурентных преимуществ предприятия в условиях функционирования на рынке и позволяющих своим регулируемым изменением управлять показателем конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

Из приведенной логической цепочки следует, что эффективность использования имеющихся у предприятия экономических ресурсов может быть охарактеризована и, в

конечном счете, сведена к оценке операционной эффективности его деятельности, инновационной активности и рыночной адаптивности. Понятно, что подобная оценка невозможна без сопоставления соответствующих показателей исследуемого хозяйствующего субъекта и принимаемых во внимание конкурентов.

Исходя из сказанного, представляется, что комплексная количественная оценка достигнутого конкретным предприятием уровня конкурентоспособности может быть обеспечена таким показателем, который учитывает влияние всей совокупности факторов, формирующих этот уровень.

С целью учета воздействия операционной эффективности, инновационной активности и рыночной адаптивности на уровень конкурентоспособности, оцениваемый при помощи единого критериального показателя, необходимо использовать интегрально-индексный метод построения его модели. Таким образом, модель расчета критерия, обеспечивающего комплексную количественную оценку уровня конкурентоспособности предприятия, будет выглядеть следующим образом:

$$K = \sqrt[3]{K_{\mathcal{E}} \cdot K_{И} \cdot K_{A}},$$

где K - критерий оценки уровня конкурентоспособности предприятия; $K_{\mathcal{E}}$ - коэффициент операционной эффективности; $K_{И}$ - коэффициент инновационности; K_{A} - коэффициент адаптивности.

Первый из коэффициентов в выражении (1) отражает операционную эффективность деятельности предприятия, результатом которой являются предлагаемые им товары и услуги. Успешность этой деятельности определяется той суммой, которую потребители готовы заплатить за продукцию предприятия. И если сумма выручки от реализации продукции превышает совокупные расходы на все необходимые виды деятельности по ее производству и сбыту, предприятие функционирует рентабельно, что свидетельствует о приемлемом уровне его операционной эффективности.

Исходя из данных соображений, в качестве наиболее универсального показателя операционной эффективности предприятия

может быть принято отношение выручки от всех видов его деятельности к понесенным при этом затратам:

$$P = \frac{B}{\mathcal{Z}},$$

где P - операционная эффективность предприятия; B - выручка предприятия от всех видов деятельности; \mathcal{Z} - затраты на производство отмеченных видов деятельности.

Показатель операционной эффективности для предприятий выборки запишется следующим образом:

$$P^{\Sigma} = \frac{B^{\Sigma}}{\mathcal{Z}^{\Sigma}},$$

где P^{Σ} - операционная эффективность предприятий выборки; B^{Σ} - общая выручка от всех видов деятельности предприятий выборки; \mathcal{Z}^{Σ} - совокупные затраты предприятий выборки.

Заметим, что под выборкой следует понимать такой состав конкурентов, который в ходе конкретного экономического анализа необходим для сопоставления с рассматриваемым хозяйствующим субъектом.

Для определения коэффициента операционной эффективности предприятия необходимо сопоставить величину рассчитанного показателя рассматриваемого хозяйствующего субъекта с соответствующим показателем предприятий выборки:

$$K_{\mathcal{E}} = \frac{P}{P^{\Sigma}},$$

где $K_{\mathcal{E}}$ - коэффициент операционной эффективности предприятия.

Следующие два коэффициента в выражении (1) в совокупности характеризуют стратегическое позиционирование хозяйствующего субъекта, включающее в себя результативность проводимых инновационных процессов и рыночную адаптивность предприятия.

Основой адаптивности является активная инновационная деятельность, затрагивающая научно-исследовательскую, производственную, организационную, финансовую и другие стороны функционирования современного предприятия и относящаяся ко всем новшествам, обеспечивающим экономию издержек производства и дополнительную прибыль.

Предприятия, заботясь о постоянном технологическом, технологическом и организационном совершенствовании производства, должны систематически выделять ресурсы на осуществление инновационной деятельности³. Наличие таких ресурсов и эффективность их внедрения - залог успешности выживания и экономического роста предприятия в жестких условиях рынка⁴.

В силу сказанного важнейшим индикатором инновационной активности хозяйствующего субъекта является объем инвестиционных средств, направляемых на разработку и практическую реализацию инновационных проектов. При этом для осознания масштабовности и динамики указанных средств их величину необходимо соизмерять с общими производственными затратами предприятия и соотносить получаемый показатель текущего времени с аналогичным показателем предшествующего периода.

Таким образом, степень инновационной активности хозяйствующего субъекта может быть представлена отношением доли инновационных затрат в общем объеме производственных затрат предприятия в рассматриваемый период времени к аналогичному показателю периода предшествующего:

$$И = \frac{З_{И}}{З} : \frac{З_{ИО}}{З_0},$$

где $И$ - степень инновационной активности предприятия; $З_{И}$, $З_{ИО}$ - инновационные затраты предприятия в рассматриваемый и предшествующий периоды времени соответственно; $З$, $З_0$ - общие производственные затраты предприятия за те же периоды времени.

Показатель инновационной активности предприятий, составляющих выборку, рассчитывается следующим образом:

$$И^{\Sigma} = \frac{З_{И}^{\Sigma}}{З^{\Sigma}} : \frac{З_{ИО}^{\Sigma}}{З_0^{\Sigma}},$$

где $И^{\Sigma}$ - степень инновационной активности предприятий выборки; $З_{И}^{\Sigma}$, $З_{ИО}^{\Sigma}$ - суммарные инновационные затраты предприятий выборки в рассматриваемый и предшествующий периоды времени соответственно; $З^{\Sigma}$, $З_0^{\Sigma}$ - совокупные производственные затраты предприятий выборки за те же периоды времени.

Сопоставление выражений (5) и (6) дает искомый коэффициент (индекс) инновационности хозяйствующего субъекта:

$$K_{И} = \frac{И}{И^{\Sigma}},$$

где $K_{И}$ - коэффициент инновационности предприятия.

Логика дальнейших рассуждений при оценке конкурентоспособности предприятия увязывает рассмотренные ранее показатели инновационности и операционной эффективности хозяйствующего субъекта с результативностью их проявления во внешней среде. Отношения предприятия с окружающей средой отслеживаются через показатель его рыночной адаптивности, характеризующий то положение, которое хозяйствующий субъект занимает на рынке.

В качестве показателя рыночной адаптивности предприятия следует рассматривать не соотношение долей рынка конкурирующих сторон в абсолютном выражении, а отношение изменения доли рынка исследуемого хозяйствующего субъекта в сравнении с предшествующим периодом к идентичному показателю предприятий выборки.

Доля занимаемого предприятием рынка может быть определена следующим отношением:

$$D = \frac{B}{O},$$

где D - доля рынка предприятия; B - выручка предприятия от всех видов деятельности; O - объем рынка.

Доля рынка предприятий выборки запишется так:

$$D^{\Sigma} = \frac{B^{\Sigma}}{O},$$

где D^{Σ} - доля рынка предприятий выборки; B^{Σ} - суммарная выручка от деятельности предприятий выборки; O - объем рынка.

Описанные выше коэффициенты, отражающие операционную эффективность, инновационную активность и рыночную адаптивность предприятия, в совокупности характеризуют конкурентоспособность хозяйствующего субъекта.

Действительно, интегральный показатель, представляющий собой агрегированную форму указанных коэффициентов, вбирает в себя важнейшие конечные критерии конкурентоспособности, каковыми являются прибыльность, стратегические инновационные инвестиции и доля предприятия на рынке. Эти критерии, объединяют в себе абсолютное большинство факторов, оказывающих влияние на деятельность предприятия в условиях рынка и определяющих перспективы его функционирования и развития, что в итоге обеспечивает максимальную достоверность ожидаемых результатов.

Достоверность результатов подтверждается и тем обстоятельством, что в ходе расчетов при оценке уровня конкурентоспособности хозяйствующего субъекта не используются разного рода синтетические, разного размерные и условные показатели, для определения которых в ряде случаев необходим подбор специалистов-экспертов с последующим проведением трудоемких дорогостоящих исследований. Напротив, вся требуемая исходная информация, имеющая стоимостное выражение, может быть почерп-

нута из данных бухгалтерской и статистической отчетности предприятий, что повышает точность и оперативность производимых расчетов.

Таким образом, предлагаемый метод оценки уровня конкурентоспособности предприятий является тем инструментом, широкое применение которого возможно как в теоретических исследованиях, так и в практике экономического анализа.

¹ Бубнов Ю. Т. Оптимальные оценки прибыли (убытков) хозяйствующего субъекта в условиях конкуренции: Учеб. пособие. Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2007. 44 с.

² Живова Е. М. Оценка существенности параметров сбыта продукции машиностроительного предприятия // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. Самара, 2007. № 7. С. 34-41.

³ Моисеев С. В. Анализ резервов повышения конкурентоспособности субъекта хозяйствования и их классификация // С. В. Моисеев, Т. В. Мухортина // Актуальные проблемы становления рыночных отношений: Сб. науч. тр. Акад. наук Республики Татарстан. Вып. 3. Казань, 2004. 275 с.

⁴ Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: Учебник. 4-е изд. М., 2004. 782 с.