

Полуянова Н. В., аспирант

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

n-v-p@list.ru

Статья рассматривает различные подходы к определению категории «конкурентный потенциал». Предложены методические положения по оценке конкурентного потенциала, учитывающие необходимость измерения адаптационного и партнерского потенциала предприятия. Показаны основные проблемы реализации конкурентного потенциала предприятий промышленности строительных материалов Белгородской области.

Ключевые слова: потенциал, конкурентный потенциал, оценка потенциала предприятия, промышленность строительных материалов, адаптационный потенциал, партнерский потенциал.

Понятие «конкурентный потенциал» встречается в экономических трудах относительно редко в отличие от категории «экономический потенциал», которую можно признать глубоко изученной. Поэтому необходимо определить его содержание, прежде чем исследовать методические рекомендации к его оценке. Приведем те определения, которые доступны в современной литературе:

– конкурентный потенциал – это совокупность располагаемых природных, материальных, трудовых, финансовых ресурсов, формирующих конкурентные преимущества [1, с. 64];

– конкурентный потенциал позволяет удержать предприятию конкурентные позиции на рынке и обеспечить эффективность реализации конкурентной стратегии [3];

– конкурентный потенциал – это предпосылки сохранения и увеличения конкурентных преимуществ [10, с. 121];

– уровень конкурентного потенциала предприятия отражает перспективную (латентную) конкурентоспособность и определяется совокупностью конкурентных преимуществ и степенью их реализации в текущей и долгосрочной деятельности на рынке [6];

– конкурентный потенциал – это потенциальная возможность (текущие предпосылки) сохранять и увеличивать конкурентоспособность в долгосрочном периоде [4, с. 26];

– конкурентный потенциал – это способность успешно конкурировать с другими предприятиями не только в настоящий момент (это определяется как конкурентоспособность), но и в средне- и долгосрочном периоде [8, с. 135];

– конкурентный потенциал – это способность предприятия в будущем обеспечивать превосходство своих продуктов по качеству и ценам над аналогами, а также способность получить максимальный результат при минималь-

ных трудовых, финансовых и материальных затратах [7];

– конкурентный потенциал – это совокупность располагаемых ресурсов, средств и источников различного свойства, которыми обладает субъект хозяйствования, и которые могут быть вовлечены в воспроизводственный процесс для достижения целей развития [5];

– конкурентный потенциал – понятие, включающее: внутренний ресурсный потенциал, обеспечивающий достижение предприятием конкурентных преимуществ, и внешний потенциал, позволяющий предприятию выдержать воздействие внешних неблагоприятных факторов за счет привлечения ресурсов других участников рынка, т.е. воспользоваться кооперацией и сотрудничеством [1];

– конкурентный потенциал является составляющей конкурентного пространства предприятия и отрасли промышленности, на который также оказывают влияние региональные особенности рынка и характер регулирования [2].

Можно отметить, что в некоторых определениях подчеркивается связь конкурентного потенциала с долговременными конкурентными преимуществами и долгосрочной конкурентоспособностью. Интересна проведенная связь с заложенным в конкурентном потенциале свойством синергичности, также его представление как структурного элемента конкурентных отношений. В целом надо отметить, что в литературе преобладает ресурсный подход к представлению конкурентного потенциала. Продуктивное использование конкурентного потенциала позволяет нарастить конкурентные преимущества. Поэтому конкурентный потенциал, по нашему мнению, необходимо рассматривать как основу для формирования конкурентных преимуществ, которые, в свою очередь, определяют конкурентную устойчивость предприятия на рынке.

Иными словами, конкурентный потенциал – это ресурсная составляющая конкурентной устойчивости.

Все существующие методики оценки конкурентного потенциала могут быть сведены к двум подходам: качественному и количественному. Качественный подход воспроизводится с помощью метода экспертных оценок. Он позволяет привести в сопоставимый вид показатели разной размерности. С другой стороны, экспертные оценки, как правило, субъективны. Интерпретация балльной шкалы и результатов оценки могут вызвать затруднения у пользователей методики. Количественные оценки используют конкретные показатели, как правило, относительные, рассчитать которые можно по доступному кругу параметров. Объективность присвоения оценок в данном случае выше, чем в качественных методах, однако не всегда удается в полной мере охарактеризовать имеющимся перечнем расчетных количественных показателей весь перечень проблем, связанных с оценкой конкурентного потенциала. Вместе с тем, количественные методы обладают большей универсальностью, по сравнению с качественными. Поэтому в авторской методике оценки конкурентного потенциала предлагается использовать количественные оценки. Кроме того, именно такой подход согласуется с принципом интегральной оценки системы управления промышленным предприятием [9]. Однако для обеспечения сопоставимости показателей, имеющих разные единицы измерения, считаем целесообразным использовать технологию бенчмаркинга.

Предлагаемая методика оценки конкурентного потенциала предприятия состоит из следующих этапов:

1. Отбор и оценка показателей по элементам конкурентного потенциала для интересующего предприятия и его конкурентов.

2. Стандартизация показателей для обеспечения их сопоставимости на основе бенчмаркинга.

3. Расчет частных показателей конкурентного потенциала (по составляющим его элементам) и определение интегрального показателя.

4. Ранжирование и группировка предприятий по уровню конкурентного потенциала.

На первом этапе оценки конкурентного потенциала формируется перечень показателей. Нами предлагается шесть составляющих конкурентного потенциала, каждая из которых может быть описана рядом показателей-характеристик. Необходимо учитывать, что среди разработанных показателей имеются прямые (с увеличением значений которых конкурентный потенциал улучшается) и обратные.

Рассмотрение возможностей данной методики предлагаем осуществить на примере предприятий ПСМ Белгородской области. Приведенные показатели были оценены, далее проводилась процедура стандартизации, основанная на выделении лучшего значения показателя среди представленных по четырем предприятиям (бенчмарки). На основе бенчмарки рассчитаны частные индексы каждого показателя (табл. 1).

Для прямых показателей индекс рассчитывается по формуле:

$$I_{\Pi} = \frac{P_i}{BM}, \quad (1)$$

где P_i – показатель i -го предприятия; BM – бенчмарк.

Для обратных показателей по формуле:

$$I_{\Pi} = \frac{BM}{P_i} \quad (2)$$

В соответствии с разработанной методикой определяется индекс для составляющих конкурентного потенциала как среднеарифметическое значение от найденных частных индексов конкурентного потенциала:

$$K_{\Sigma} = \frac{\sum_{j=1}^m I_{\Pi j}}{m}, \quad (3)$$

где $I_{\Pi j}$ – частный индекс j -го показателя составляющего элемента конкурентного потенциала, $j=1, \dots, m$.

m – число показателей, характеризующих элемент конкурентного потенциала.

Итоговый показатель конкурентного потенциала также определяется как среднее арифметическое на основе значений K_{Σ} шести своих элементов:

$$K\Pi = \frac{\sum_{k=1}^6 K_{\Sigma k}}{6}. \quad (4)$$

По результатам расчета (табл. 1) видно, что лучшее значение показателя конкурентного потенциала имеет ОАО «Завод ЖБК-1».

С учетом нормативных значений выделены пять групп предприятий с равными интервалами значений показателя конкурентного потенциала:

1 группа — весьма высокий уровень: конкурентный потенциал колеблется от 1 до 0,9;

2 группа — высокий уровень: конкурентный потенциал колеблется от 0,89 до 0,8;

3 группа — средний уровень: конкурентный потенциал колеблется от 0,79 до 0,7;

4 группа — низкий уровень: конкурентный потенциал колеблется от 0,69 до 0,6;

5 группа — критический уровень: конкурентный потенциал колеблется от 0,59 до 0.

Таблица 1

Частные индексы конкурентного потенциала (2011 г.)

Элемент конкурентного потенциала	ОАО «Завод ЖБК-1»	ОАО «Белгородстрой-деталь»	ОАО «КМАпроектжилстрой»	ОАО «КСМ» (Ст.Оскол)
1. Производственно-технологический потенциал	0,79	0,89	0,76	0,68
Средний возраст оборудования	1,00	0,69	0,90	0,70
Производительность труда	0,91	1,00	0,79	0,80
Фондоотдача	0,99	1,00	0,88	0,86
Затраты на 1 руб. товарной продукции	0,10	1,00	0,09	0,10
Коэффициент обновления	0,81	0,64	1,00	0,73
Фондовооруженность	0,9	1,0	0,9	0,9
2. Финансово-экономический потенциал	0,86	0,75	0,62	0,58
Коэффициент текущей ликвидности	1,00	0,39	0,54	0,32
Коэффициент автономии	1,00	0,68	0,58	0,68
Коэффициент маневренности	1,00	0,74	0,69	0,67
Чистая прибыль	1,00	0,62	0,37	0,47
Рентабельность активов	0,92	0,84	1,00	0,92
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	0,89	0,97	1,00	0,86
Рентабельность продукции	0,17	1,00	0,17	0,16
3. Кадровый потенциал	0,99	0,58	0,61	0,52
Коэффициент текучести кадров	1,00	0,36	0,24	0,15
Доля кадровых работников	1,00	0,66	0,41	0,56
Доля работников, повысивших квалификацию	1,00	0,58	0,78	0,47
Средняя заработная плата по предприятию	0,97	0,72	1,00	0,92
4. Организационно-управленческий потенциал	0,93	0,79	0,97	0,85
Доля управленцев в общей численности персонала	0,86	0,69	1,00	0,75
Эффективность менеджмента	0,9	0,7	1,0	0,8
Доля производительных рабочих	1,00	0,92	0,96	1,00
Коэффициент образования	1,00	0,86	0,94	0,89
5. Адаптационный потенциал	0,92	0,80	0,72	0,69
Доля успешных инноваций	0,78	0,71	0,33	1,00
Доля инновационных продуктов в общей структуре	1,00	0,57	0,71	0,14
Доля расходов на НИОКР	1,00	0,56	0,44	0,67
Прирост продаж, %	1,00	0,99	1,00	0,96
Известность марки	1,00	0,80	0,83	0,71
Относительная цена	1,00	0,95	0,98	0,94
Индекс гибкости	1,00	0,79	0,88	0,74
Доля новых клиентов	0,57	1,00	0,62	0,33

6. Партнерский потенциал	0,92	0,81	0,74	0,69
Средняя длительность сотрудничества с партнерами по коммерческой деятельности	1,00	0,46	0,68	0,57
Относительная стоимость поставщика	1,00	0,97	0,90	0,92
Относительная стоимость сбытового посредника	1,00	0,89	0,85	0,85
Доля скидок	0,60	1,00	0,47	0,53
Доля лояльных покупателей	1,00	0,72	0,79	0,58
Показатель конкурентного потенциала	0,90	0,77	0,74	0,67

Можно заключить, что ОАО «Завод ЖБК-1» попадает в 1-ю группу конкурентной устойчивости, ОАО «Белгородстройдеталь» - в 3-ю группу, ОАО «КМАпроектжилстрой» - в 3-ю группу, ОАО «КСМ» - в 4-ю группу. Проведенные расчеты выявили также наличие функциональной дифференциации составляющих конкурентных потенциалов предприятий. Наибольшая дифференциация оценок наблюдается в финансово-экономическом и кадровом потенциалах. Наибольшую степень соответствия между лучшими и фактическими показателями имеет организационно-управленческий потенциал.

Можно сделать вывод, что конкурентные ресурсы предприятий ПСМ не имеют достаточной финансово-экономической и кадровой базы, а также нуждаются в дальнейшем развитии производственно-технологических возможностей, в улучшении партнерских отношений и ресурсов адаптации для создания и укрепления конкурентных преимуществ.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Дорошенко Ю.А. Методы оценки и механизм управления экономическим потенциалом региона / Ю.А. Дорошенко, С.М. Бухонова, А.А. Рудычев // Известия высших учебных заведений. Строительство. – 2000. - № 110. – С. 84.
2. Дорошенко Ю.А. Промышленность строительных материалов и региональные приоритеты. Методические аспекты развития промышленности строительных материалов в условиях реализации структурных приоритетов регионального развития / Ю.А. Дорошенко, А.Ю. Лычев // Российское предпринимательство. – 2009. – № 2-2. – С. 129-134.
3. Дорошенко Ю.А. Теоретические и методические основы формирования системы ре-

гионального управления с использованием показателей оценки экономического потенциала / Ю.А. Дорошенко // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2005. - № 2. – С. 127-131.

4. Забелин П.В. Основы стратегического управления: учеб. пособие / П.В. Забелин, Н.К. Моисеева. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1998.-195с.

5. Ковалева Г. А. Оценка потенциала конкурентоспособности как инструмент управления социально-экономическим развитием муниципальных образований / Г.А. Ковалева // Экономика региона. 2006. - № 4. – С. 158–164.

6. Кучина Е.В. К оценке конкурентоспособности промышленного предприятия/ Е.В. Кучина // Известия УрГЭУ. – 2010. - №5 (31). – С. 25-28.

7. Рудычев А.А. Повышение конкурентоспособности предприятий промышленности строительных материалов / А.А. Рудычев, А.А. Зеленский // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2006. - № 3. – С. 19-21.

8. Стародубцева Е.А. К вопросу о трактовке понятия «конкурентоспособность предприятия» / Е.А. Стародубцева // Известия ИГЭА. – 2011. - № 4 (78). – С. 132-135.

9. Чижова Е.Н. Интегральная эффективность системы управления промышленным предприятием / Е.Н. Чижова, М.В. Шевченко // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. – 2011. - № 1. – С. 95-99.

10. Шинкаренко В.Г. Управление конкурентоспособностью предприятия / В.Г. Шинкаренко, А.С. Бондаренко. – Харьков: Изд-во ХНАДУ, 2003. – 186 с.