

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Эльбис Барсеговна Пеплозян

Старший преподаватель кафедры «Экономические науки» ЕФ РЭУ
им. Г.В. Плеханова, кандидат экономических наук

В научных работах давно, и не безуспешно, обсуждается проблема практической оценки конкурентоспособности коммерческой организации. Однако до сих пор, несмотря на обилие точек зрения, общепринятого подхода к оценке конкурентоспособности коммерческой организации не существует, и, как следствие, множество методик оценки ее конкурентоспособности.

Конкурентоспособность коммерческой организации зависит от ряда факторов. В силу того, что коммерческая организация является производственно-экономической системой, действующей во внешней среде, на наш взгляд, подразделение факторов конкурентоспособности коммерческой организации на две основные группы, в зависимости от ее возможностей оказывать на них влияние: внешние и внутренние, является недостаточной, т.к. не учитываются взаимоотношения коммерческой организации с потребителями продукции, в процессе которых поведение их участников оказывает взаимное воздействие друг на друга. Под взаимообусловленным воздействием как внешней, так и внутренней среды возникают факторы, которые оказывают влияние на конкурентоспособность коммерческой организации. Эти факторы можно выделить как факторы взаимовлияния внешней и внутренней среды.

В ходе исследования было выявлено, что оценка конкурентоспособности коммерческой организации должна осуществляться во внешней среде, но определяется уровнем эффективности менеджмента, эффективности маркетинга, выражается в эффективности использования ресурсов, которыми располагает коммерческая организация и уровнем взаимовлияния внешней среды на внутреннюю и внутренней на внешнюю. Поэтому конкурентоспособность коммерческой организации целесообразно оценивать совокупностью различных наборов внешних и внутренних факторов, а также факторов, учитывающих взаимовлияние внешней и внутренней среды.

В основу методического подхода к оценке конкурентоспособности коммерческой организации должно быть положено сопоставление показателей, отражающих важнейшие аспекты предпринимательской деятельности исследуемой коммерческой организации с показателями коммерческой организации – конкурента или совокупности коммерческих организаций – конкурентов, осуществляющих предпринимательскую деятельность в регионе. Такое сопоставление предоставит возможность выявить потенциальные

возможности, а также внутренние сильные и слабые стороны деятельности коммерческой организации в условиях динамически меняющихся внешней и внутренней среды.

Для наиболее достоверной оценки и раскрытия сущности конкурентоспособности коммерческой организации целесообразно применить подход, позволяющий свести три группы факторов, характеризующих конкурентоспособность коммерческой организации (внутренние, внешние и взаимовлияния) в единый (интегральный) показатель, который позволит объединить в себе различные характеристики деятельности коммерческой организации, оценить современное состояние коммерческой организации и обеспечить сравнение показателей ее деятельности с аналогичными показателями конкурентов.

В соответствии с предлагаемым подходом вся предпринимательская деятельность коммерческой организации разбивается на три укрупненные группы: операционной деятельности, рыночной позиции и рыночной маневренности.

Интегральный показатель конкурентоспособности коммерческой организации может быть рассчитан посредством простой средней геометрической, которая дает наиболее точный результат осреднения при расчете средних из относительных величин, на основании следующего выражения:

$$K = \sqrt[3]{K_{OP} \times K_{MP} \times K_{MM}} , \quad (1)$$

где: K · интегральный показатель конкурентоспособности коммерческой организации;

K_{OP} · показатель операционной деятельности коммерческой организации;

K_{MP} · показатель рыночной позиции коммерческой организации;

K_{MM} · показатель рыночной маневренности коммерческой организации.

Первый из коэффициентов оценивает операционную деятельность коммерческой организации. Операционная деятельность характеризуется эффективностью использования операционных ресурсов, эффективностью потребления операционных ресурсов и рентабельностью операционных ресурсов.

Осуществление конкретной операционной деятельности требует наличия в распоряжении коммерческой организации трудовых, материальных и нематериальных ресурсов. Процесс производства является процессом объединения всех ресурсов в единое целое. В процессе производства

устанавливается определенное соответствие между используемыми ресурсами, которые непрерывно взаимодействуют между собой, функционируют одновременно и в совокупности, дополняют, а иногда и заменяют друг друга. Необходимо учесть, отразить и оценить действие всех используемых в операционной деятельности ресурсов учтенных в совокупности – совокупную величину ресурсов¹.

$$TMOR = FA + IA + PS + SC,$$

где: $TMOR$ – совокупная величина ресурсов;

FA – основные средства;

IA – нематериальные активы;

PS – производственные запасы;

SC – расходы на персонал.

Эффективность использования совокупных ресурсов может быть рассчитана по формуле:

$$E_{AR} = \frac{AV}{TMOR} \quad (3)$$

где: E_{AR} – эффективность использования совокупных ресурсов;

AV – добавленная стоимость;

$TMOR$ – совокупная величина ресурсов.

Топ-менеджмент коммерческой организации принимает решения как по использованию материальных и человеческих ресурсов, так и по управлению потреблением этих ресурсов. Величина потребленных ресурсов (совокупная величина затрат) может быть рассчитана следующим образом²:

$$TMOС = CC + K_R^{MC} \times \Delta FA + K_R^{MC} \times \Delta IA,$$

где: $TMOС$ – совокупная величина затрат;

CC – текущие затраты (расходы), осуществленные организацией;

K_R^{MC} – коэффициент приведения разновременных затрат;

¹ Пеплозян Э.Б. Оценка наличия ресурсов производственного назначения // Информационные Технологии и Управление, Ереван, 2012, № 2, сс. 12-15.

² Пеплозян Э.Б. Оценка эффективности производства продукции коммерческой организации // Финансы и экономика, Ереван, 2013, № 10 (160), сс. 50-52.

- ΔFA – величина прироста основных средств;
- $K_R^{MC} \times \Delta FA$ – единовременные вложения в основные средства, приведенные к годовой размерности;
- ΔIA – величина прироста нематериальных активов;
- $K_R^{MC} \times \Delta IA$ – единовременные вложения в нематериальные активы, приведенные к годовой размерности.

В показателе совокупной величины затрат находит отражение не только потребление операционных ресурсов, но и инвестиционная и инновационная деятельность коммерческой организации.

Эффективность использования совокупных затрат может быть рассчитана по формуле:

$$E_{TC} = \frac{AV}{TMOC} \quad (5)$$

- где: E_{TC} – эффективность использования совокупных затрат;
- AV – добавленная стоимость;
- $TMOC$ – совокупная величина затрат.

Рентабельность совокупных ресурсов предлагается рассчитывать по формуле:

$$ROTR = \frac{OP + FE}{TMOR} \quad (6)$$

- где: $ROTR$ – рентабельность совокупных ресурсов;
- OP – операционная прибыль;
- FE – финансовые расходы.
- $TMOR$ – совокупная величина ресурсов;

Осуществив сравнение показателей, характеризующих операционную деятельность анализируемой коммерческой организации с аналогичными показателями организаций – конкурентов, и рассчитав индексы по выражению:

$$I_P = \frac{P_1}{P_0}, \quad (7)$$

- где: P_1 – значение i – го показателя анализируемой коммерческой организации;

P_0 – значение соответствующего i – го показателя коммерческой организации – конкурента,

можно рассчитать показатель операционной деятельности коммерческой организации K_{OP}

$$K_{OP} = \sqrt[3]{I_{AR} \times I_{TC} \times I_{ROTR}} \quad (8)$$

где: I_{AR} – индекс эффективности использования операционных ресурсов;

I_{TC} – индекс эффективности использования совокупной величины затрат;

I_{ROTR} – индекс рентабельность операционных ресурсов.

В основу расчета показателя рыночной позиции коммерческой организации положен подход, в котором рассматривается не соотношение долей рынка, занимаемых конкурирующими коммерческими организациями в абсолютном выражении, а изменение доли рынка, как коммерческой организации, так и коммерческой организации – конкурента в сравнении с предшествующим периодом¹. В работе² доказано, что отношение изменения долей рынка идентично отношению индексов изменения объемов выручки от продаж продукции. Следовательно, изменение объемов выручки от продаж продукции анализируемой коммерческой организации и коммерческой организации – конкурента отражает показатель рыночной позиции коммерческой организации:

$$K_{MP} = \frac{AV_1}{AV_0} \bigg/ \frac{AV_1^{OC}}{AV_0^{OC}}, \quad (9)$$

где: AV_1, AV_0 – выручка от продаж анализируемой коммерческой организации в текущем и предшествующем годах;

AV_1^{OC}, AV_0^{OC} – выручка от продаж коммерческой организации – конкурента в текущем и предшествующем годах.

AV_1 / AV_0 – индекс изменения объемов выручки от продаж анализируемой коммерческой организации в текущем и предшествующем годах;

AV_1^{OC} / AV_0^{OC} – индекс изменения объемов выручки от продаж коммерческой организации – конкурента в текущем и предшествующем годах;

¹Воронов Д.С., Криворотов В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий крупнейших российских компаний // Вестник УрФУ. Серия экономика и управление, 2015, № 5, сс. 717-740.

²Криворотов В.В. Алгоритм механизма повышения конкурентоспособности предприятия // Вестник ОГУ, 2006, № 8/Август, сс. 112-117.

Показатель рыночной маневренности коммерческой организации оценивается рентабельностью продаж и долей дебиторской задолженности в выручке от реализации продукции.

Рентабельность продаж рассчитывается по формуле:

$$ROS = \frac{OP}{PS}, \quad (10)$$

где: ROS – рентабельность продаж;

OP – операционная прибыль;

PS – выручка от продаж.

Доля дебиторской задолженности в выручке от реализации продукции рассчитывается по формуле:

$$SH_{RV} = \frac{RV}{PS}, \quad (11)$$

где: SH_{RV} – доля дебиторской задолженности в выручке от продаж;

RV – величина дебиторской задолженности;

PS – выручка от продаж.

Осуществив сравнение доли дебиторской задолженности в выручке от продаж продукции анализируемой коммерческой организации с аналогичными показателями организации – конкурентов и рассчитав индексы по выражению, (7) можно рассчитать показатель рыночной маневренности коммерческой организации K_{MM} .

$$K_{MM} = \sqrt{I_{ROS} \times I_{SH}} \quad (12)$$

где: I_{ROS} – индекс эффективности использования операционных ресурсов;

I_{SH} – индекс эффективности использования совокупной величины затрат;

Чем выше K , тем более конкурентоспособным по отношению к коммерческой организации – конкуренту является рассматриваемая коммерческая организация. Очевидно, что $0 < K < \infty$.

При этом, в случае, если $0 < K < 1$, конкурентоспособность коммерческой организации по отношению к коммерческой организации – конкуренту является

низкой (чем ближе к нулю, тем ниже конкурентоспособность).

При $K = 1$ конкурентоспособность коммерческой организации идентична конкурентоспособности коммерческой организации – конкурента.

При $K > 1$ конкурентоспособность коммерческой организации выше, чем коммерческой организации – конкурента.

Изложенная методика учитывает целый комплекс наиболее значимых факторов, которые в совокупности характеризуют и позволяют оценить конкурентоспособность коммерческой организации. Ее достоинством является то, что все используемые показатели рассчитываются на основе действующих форм финансовой отчетности. Кроме того, количественная оценка показателя конкурентоспособности коммерческой организации предоставляет возможность проведения анализа факторов влияющих на оцениваемый показатель.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Эльбис Барсеговна Пеплозян

Старший преподаватель кафедры «Экономические науки» ЕФ РЭУ

им. Г.В. Плеханова, кандидат экономических наук

Аннотация

Несмотря на обилие точек зрения, общепринятого подхода к оценке конкурентоспособности коммерческой организации не существует. В статье рассматривается подход к оценке конкурентоспособности коммерческой организации с применением интегрально-индексного построения модели, включающей три укрупненных группы: операционной деятельности, рыночной позиции и рыночной маневренности, учитывающих целый комплекс наиболее значимых факторов. Все используемые показатели рассчитываются на основе действующих форм финансовой отчетности.

Ключевые слова: конкурентоспособность коммерческой организации, индексы изменения показателей, совокупная величина ресурсов, совокупная величина затрат, эффективность.

ԱՌԵՎՏՏՐԱՅԻՆ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒԹՅԱՆ ՄՐՅՈՒՆԱԿՈՒԹՅԱՆ ԳՆԱՀԱՏՈՒՄ

Էլբիս Բարսեղի Պեպլոզյան

Գ. Վ. Պլեխանովի անվան ՌՏՀ Երևանի մասնաճյուղի տնտեսագիտական գիտությունների ամբիոնի ավագ դասախոս, տնտեսագիտության թեկնածու

Համառոտագիր

Առևտրային կազմակերպության մրցունակության գնահատման համար դեռևս գոյություն չունի համընդհանուր մոտեցում:

Հոդվածում դիտարկված է առևտրային կազմակերպության մրցունակության գնահատում կիրառելով ինտեգրալային ինդեքս մոդել, որը ներառում է գործառնական գործունեություն, շուկայական դիրք և շուկայական ճկունություն, որոնք հաշվի են առնում առավել կարևոր գործոնների ամբողջական համալիրը: Բոլոր կիրառվող ցուցանիշները հաշվարկվում են օգտագործվող ֆինանսական հաշվետվետվությունների հիման վրա:

Հիմնաբառեր. առևտրային կազմակերպության մրցունակություն, ցուցանիշների փոփոխության ինդեքսներ, համախառն ռեսուրսներ, համախառն ծախսեր, արդյունավետություն:

THE EVALUATION OF THE COMPETITIVENESS OF A COMMERCIAL ORGANIZATION

Elbis Barseg Peplozyan

Senior Lecturer of the Department of "Economic Sciences" of
YB Plekhanov Russian University of Economics, PhD in Economics

Abstract

There are many opinions regarding to evaluation of the competitiveness of a commercial organization but the common approach doesn't exist. The article discusses the evaluation of the competitiveness of a commercial organization using integral index models, including three groups: operating activities, market position and market flexibility taking into account the combination of the most significant factors. All the used criterias are calculated on the basis of existing financial statements.

Keywords: competitiveness of a commercial organization, indexes changing rates, total resources, efficiency.