

Алгоритм оценки конкурентного преимущества фирмы на основе системы критериев отражающих эффективную деятельность

В данной статье предлагается инструментарий для моделирования алгоритма оценки и конкурентного преимущества подавляющего большинства предприятий текстильной отрасли и целесообразности выхода фирмы на товарные рынки, представляющих собой сумму характеристик деятельности организации, ориентированных на удовлетворение потребительского спроса.

Сегодня оценка уровня конкурентоспособности предприятия является решающим этапом анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность производственно-финансовой деятельности фирмы.

В целом от уровня развития конкуренции в стране зависит и уровень развития каждого предприятия, которые вынуждены существовать, постоянно сталкиваясь с конкуренцией, ведя конкурентную борьбу за поставщиков и покупателей. Безусловно, целью деятельности предприятия является победа в этой борьбе. Достижение запланированных результатов напрямую зависит от конкурентоспособности данного предприятия и от того, насколько этот уровень выше по сравнению с предприятиями-аналогами.

Всякий товаропроизводитель, для того чтобы объективно оценить конкурентоспособность изготавливаемого товара должен использовать те же критерии, которыми оперирует потребитель, а если мы говорим что товар востребован, значит можно говорить об устойчивой позиции самого предприятия. Чтобы товар представлял интерес для покупателя, он должен обладать определенными технико-эксплуатационными и экономическими параметрами. Условием приобретения товара является соответствие этих параметров основным характеристикам удовлетворенной потребности покупателя. В процессе покупки потребитель осуществляет выбор товара, устанавливает отличительные признаки, характеризующие превосходство данного товара над аналогичными по значению товарами конкурентов, находящимися на рынке. Приобретая товар, покупатель тем самым оценивает его привлекательность, возможную степень удовлетворения своей конкретной потребности и свою готовность нести затраты, связанные с приобретением и использованием данного товара.

Следовательно, совокупность качественных и стоимостных характеристик товара способствует созданию превосходства данного товара перед товарами-конкурентами в удовлетворении конкретной потребности покупателя и, тем самым, позволяет количественно оценить конкурентоспособность товара.

Ни один из известных методов не ставит своей задачей комплексное исследование конкурентоспособности предприятия текстильной промышленности

и разработку инструментария обеспечения конкурентоспособности не только на товарных рынках, но и на рынках капиталов и труда, на которые в настоящее время перемещается фокус конкурентной борьбы. Часть разработанных методов оценки конкурентоспособности предприятия отличается субъективизмом, не учитывает перспективы развития и риски, связанные с деятельностью предприятия.

В основу предлагаемого метода оценки конкурентоспособности текстильных предприятий автором положен принцип однозначной количественной оценки, реализованный с помощью интегрального коэффициента конкурентоспособности. По своей экономической природе он показывает степень отклонения реальной организации от виртуальной эталонной. Алгоритм оценки и управления конкурентоспособностью текстильной организации, представленный на рис.1, включает 4 этапа:

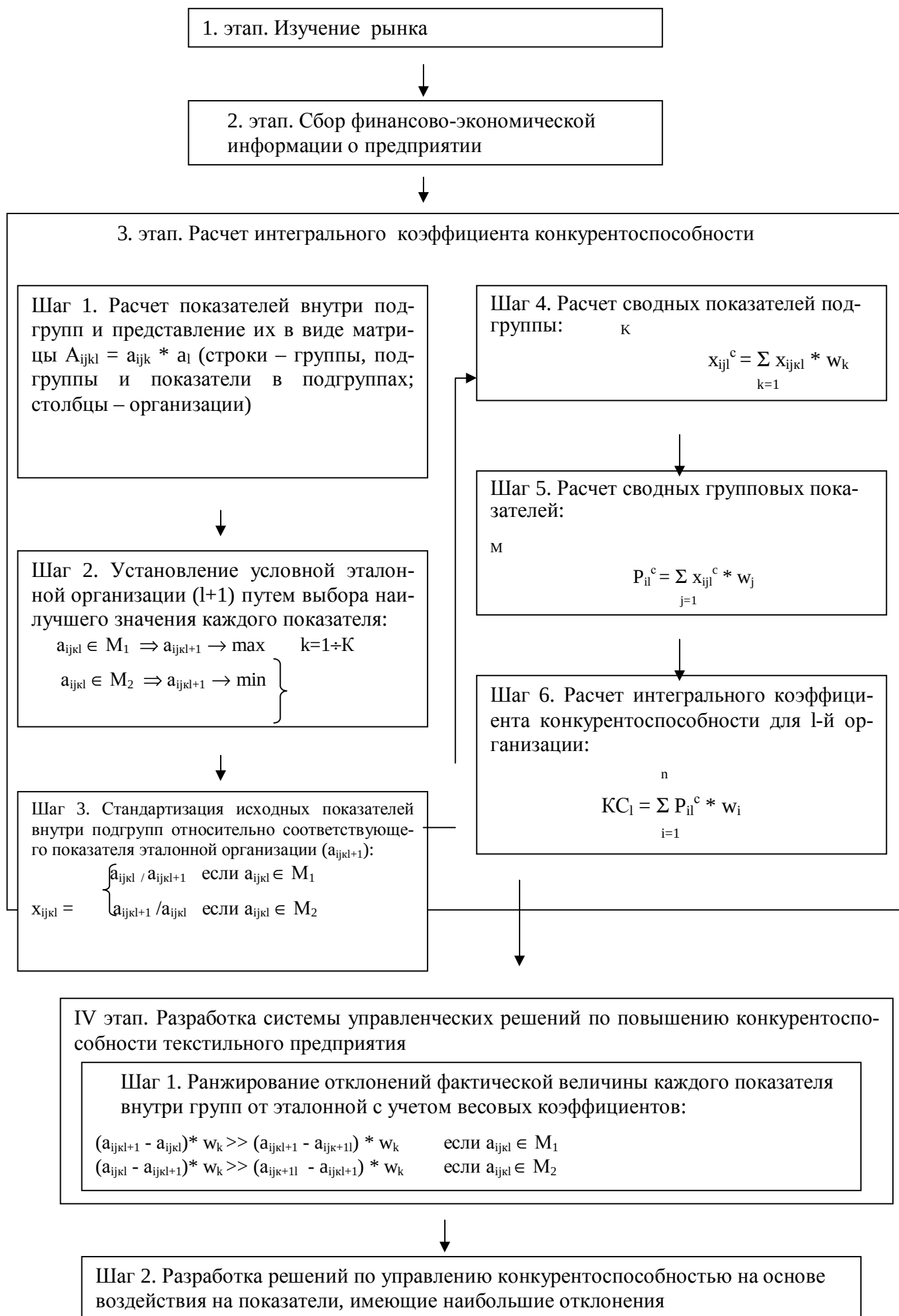


Рис.1. Алгоритм оценки и управления конкурентоспособностью текстильным предприятием

Условные обозначения к 1:

$i=1 \div N$ ($N=4$) – номер группы;

$j=1 \div M$ – номер подгруппы;

$k=1 \div K$ – номер показателя в подгруппе;

$l=1 \div L$ – номер организации;

M_1, M_2 – подмножество показателей, которые максимизируются и минимизируются соответственно;

w_i, w_j, w_k – коэффициенты значимости групп, подгрупп и показателей в подгруппах соответственно;

Δ - допустимая погрешность при расчете (предлагается принять 0,1-0,2).

Для определения целесообразности включения в методику отдельных показателей, влияющих на конкурентоспособность и поддающихся количественной оценке, используются методы парной корреляции. В качестве результативного признака использована выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг. В качестве критерия деления обоснованных с использованием метода парной корреляции показателей на группы предлагается использовать их отношение к производственной и управленческой деятельности. Установлено, что все показатели целесообразно разделить на четыре группы факторов, характеризующих:

- 1 – эффективность производственной деятельности,
- 2 – эффективность управленческой деятельности,
- 3 – конкурентоспособность текстильной продукции,
- 4 – финансово-экономические факторы.

Система решений по повышению конкурентоспособности текстильного предприятия разрабатывается на основе рейтингового подхода к управлению отклонениями фактической величины каждого показателя от эталонной с учетом весовых коэффициентов.

Не надо забывать, что для предприятия прежде всего важна не просто оценка эффективности его деятельности, и определения уровня конкурентоспособности как соотношение результатов и затрат с эталоном. Первостепенной задачей является выявление путей повышения эффективности фирмы и актив-

ное их использование, отслеживание динамики роста, ликвидация неэффективных операций, изменение структуры и т.д.

Таким образом, предложенный в рамках работы подход к идентификации конкурентоспособности предприятий текстильной подотрасли позволяет автору надеяться на минимальные потери времени и ресурсов в процессе принятия управленческих решений, что является залогом успеха в конкурентной борьбе и возможностью наращивания конкурентных преимуществ.

Список использованной литературы:

1. Моисеева Н.К., Анискин Ю.П. Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление. – М.: Высшая школа, 2003. – 304 с.
2. Синько В. Конкурентная среда, необходимая для производства конкурентоспособной продукции // Стандарты и качество. - 2000. - N 6. - С.38-42.
3. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. - М.: Издат.-книготорг. центр "Маркетинг", Дашков и Ко, 2002. - 886 с.
4. Шеремет А. Д. Теория экономического анализа. - М.: Финансы и статистика, 2004.
5. Беленов, О. Н. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность промышленных предприятий: подходы, анализ, оценка : монография Воронеж: Изд-во Воронеж.
6. Балакшин, В. В. Формирование конкурентоспособности современного предприятия М.: МАКС Пресс, 2002 98 стр.