

УДК 338.24

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

А. П. ТРЕНИХИН, А. Г. БАРАНОВСКИЙ

Государственное учреждение высшего профессионального образования
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Могилев, Беларусь

Конкурентная борьба за потребителя как движущая сила экономического развития приводит к снижению цен, уменьшению издержек производства, улучшению качества продукции, ускорению НТП.

Конкурентоспособность предприятия – это его способность и возможность получать в условиях рынка финансовые результаты достаточные для поддержания на конкурентоспособном уровне качества продукции, творческого потенциала человеческого капитала, средств производства на современном уровне.

Для оценки деятельности и стратегического развития по стадиям жизненного цикла важно знать и управлять показателями, чтобы обеспечивать необходимый конкурентный уровень предприятия.

Показатель – это обобщенная характеристика свойств объекта или процесса. Различают: качественные показатели, фиксирующие наличие или отсутствие определенного свойства; количественные показатели, фиксирующие меру выраженности, развития определенного свойства.

В стратегическом менеджменте качественные показатели конкурентоспособности раскрывают портфельная стратегия как версия бизнеса выбора товара (текущий – новый), рынка (текущий – новый), технология (текущая – новая), а количественные показатели формирует конкурентная стратегия как результат оценки деятельности компании как доля рынка, темпы роста фирмы.

У предприятия, как открытой производственной системы, показатели конкурентоспособности представляют собой способ оценки его уровня и средством анализа с учетом состояния среды, а также характеризуют строение (элемент, компоненты, подсистемы, связь, структуру, цель), функционирование и развитие системы (состояние, поведение, равновесие, устойчивость, развитие, жизненный цикл).

В реальной жизни нам требуется не только зафиксировать показатели конкурентоспособности, но и проанализировать их факторы, а также разработать систему регулирования и прогнозирования деятельности предприятия с учетом состояний «внешней среде», «внутренней среде» и их взаимодействия.

Оценка уровня конкурентоспособности предприятия проводится на всех стадиях его жизненного цикла (формирование, становление, функционирование и дальнейшее развитие), охватывая все фазы

воспроизводственного процесса (приобретение ресурсов, разработка и освоение новой продукции, производство, сбыт продукции, оценка финансовых результатов).

Финансовые показатели, как синтезирующие и обобщающие показатели результатов хозяйственной деятельности предприятия, оценивают эффективность, создают условия его жизнеспособности и конкурентоспособности.

Базовыми понятиями в бизнесе являются: активы; прибыль; темп роста; поток денежных средств. Существует равновесное состояние, при котором перечисленные составляющие находятся в оптимальных соотношениях, позволяя определить важнейший показатель любого бизнеса – стоимость компании».

Величина и динамика стоимости компании характеризует ее финансовое состояние и уровень конкурентоспособности по стадиям жизненного цикла. С учетом анализа – классических финансовых показателей: *ROA* – рентабельность активов; *ROI* – рентабельность инвестиций; *ROS* – рентабельность продаж и т. д. Это позволяет оценивать достигнутые результаты деятельности и принимать решения по повышению эффективности предприятия, т. е. его конкурентоспособности.

В последние годы процессный подход и интеграция цепочек добавленной стоимости бизнес-процессов от исходных ресурсов до конечного потребителя создали условия делового стратегического сотрудничества для повышения эффективности межфирменных связей.

Организация управления цепочками добавленной стоимости позволяет добиться стратегического превосходства над конкурентами, усилить связи с партнерами, повысить эффективность производства, достигая максимизации.

Экономическая добавленная стоимость (*EVA*) – это достаточно универсальный показатель, который можно использовать для финансового анализа, управления, оценки стоимости и конкурентоспособности компании. Показатель *EVA* представляет собой прибыль предприятия от обычной деятельности за вычетом налогов, уменьшенная на величину платы за весь инвестированный в предприятие капитал.

Добавленная ценность – «ключевой показатель корпоративного успеха», обеспечивающий как необходимую мотивацию, так и измерение корпоративных достижений. Измерение добавленной стоимости позволяет «определять» точку, где в цепочке ценности происходит добавление стоимости и где выгоды от конкурентного преимущества наиболее привлекательны.

Интеграция цепи поставок в единой модели измерения показателей функционирования рассматривается как современная базовая конкурентная стратегия предприятия, чтобы предоставлять товары и услуги до конечного потребителя быстрее, дешевле и лучшего качества.