

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЯТА ОТ МИННАТА ИНДУСТРИЯ

Габриела Сидерова

Филиал Кърджали на Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски" – София, 6600 Кърджали, g_siderova@mail.bg

РЕЗЮМЕ. От първостепенна важност на оценяването на конкурентоспособността на дадено предприятие са критериите, по които тя да се измерва. Критериите са съществителните характеристики на категорията "конкурентоспособност" и показват в каква степен предприятието е конкурентоспособно. Това са признаците, на базата на които ще се оценява и по тях се съди за степента на фирмената конкурентоспособност. Критериите дефинират дългосрочните успехи на предприятията в конкурентната борба. Правилната преценка за избор на критериите за конкурентоспособността на предприятията е от изключителна важност не само за нейното измерване, но и за ориентирането на мениджърите при разработване на фирмени стратегии за повишаването ѝ.

Ключови думи: конкурентоспособност, критерии за оценка на конкурентоспособността, минна индустрия

EVALUATION CRITERIA COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES FROM THE MINING INDUSTRY

Gabriela Siderova

Kardzhali Branch of the University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski" - Sofia, 6600 Kardzhali, g_siderova@mail.bg

ABSTRACT. Essential to assessing the competitiveness of an enterprise are the criteria by which to measure it. The criteria are the essential characteristics of the category "competitiveness" and show the extent to which the entity is competitive. These are the features on which will be assessed and they judge the degree of corporate competitiveness. The criteria define the long-term success of enterprises in the competitive struggle. Proper assessment of the selection criteria for the competitiveness of enterprises is of great importance not only for assessment but also for the orientation of managers in developing corporate strategies for improving it.

Keywords: competitiveness; evaluation criteria of competitiveness; mining industry

Въведение

Обезпечаването и поддържането на висока конкурентоспособност на предприятие е възможно само при ефективно и резултативно управление. Целта е създаване и реализиране на устойчиви конкурентни предимства. За да се управлява ефективно, конкурентоспособността трябва да се измери и оцени количествено, като тази оценка е основата за създаването на конкурентна стратегия. А за да се направи оценка на конкурентоспособността е необходимо да се разработи корелативен метод за оценка. (Варамезов, Л., 2008) Изключително важни в тази методика са критериите, по които ще се прави оценката на фирмената конкурентоспособност. Критериите са характеристиките и признаците, на която основа тя ще се измерва.

В специализираната литература няма еднозначно мнение за броя и състава на критериите за конкурентоспособността на предприятията. Различията се дължат в различните становища на авторите за същността на фирмената конкурентоспособност. В същото време налице е сложният и комплексен характер на категорията "конкурентоспособност", което също е причина за отсъствието на категоричност в конкретизиране на индикаторите.

Усложненията при определянето на критериите произтичат и от това, че авторите се съобразяват с две противоположни изисквания. От една страна, всички автори се стремят към най-точно и пълно определяне и характеризиране на фирмената конкурентоспособност. Това води до прекомерно голямо увеличаване на броя на предлаганите критерии, което от своя страна затруднява практическото им приложение. От друга страна е желанието да се разработи такъв отделен критерий, с който да се дава обобщена оценка на конкурентоспособността на предприятията. Използването на такъв обобщен критерий води до неточност в оценките. За удовлетворяване на тези разнопосочни изисквания повечето автори предлагат компромисни решения, т.е. използване на ограничен набор от критерии. Така до известна степен се удовлетворяват и двете изисквания - едновременно се намалява броя на критериите и се увеличава точността на резултатите. (Велев, М., 2004)

Критерии за оценка на минно-добивно предприятие

В зависимост от целта на оценката, спецификата на предприятието, отрасъла, спецификата на продукта,

характера на конкуренцията и др. се прилагат различни критерии за оценка.

Изискванията към критериите са:

- да отразяват различна гледна точка от състоянието на конкурентоспособността на предприятието или иначе казано диференцирана характеристика на предприятието;
- да отразяват различни нива на развитие в различните предприятия и за различни периоди от време;
- равнищата им на развитие да подлежат на оценка;
- да показват по-висока конкурентоспособност, когато имат по високи равнища;
- равнищата им да отчитат моментното състояние на конкурентоспособността на предприятието;
- да са следствие на системната работа по усъвършенстване на дейността на предприятието;
- да се използват в комплекс.

Критериите за конкурентоспособност на предприятията са: конкурентоспособност на продукта, производителност, финансови резултати, растеж, иновативност, производствена и маркетингова гъвкавост и адаптивност към пазара.

Критериите за оценка служат за определянето на моментната конкурентоспособност на фирмата. Това се реализира чрез критериите за конкурентоспособност на продукцията, производителност на труда и растеж на фирмата. Те имат различни нива на развитие във фирмите за различни периоди от време. Колкото по-високи са равнищата на тези характеристики за фирмата, толкова по-висока е и конкурентоспособността ѝ.

Посочените характеристики, макар да имат различно индивидуално значение за определяне на моментното състояние на конкурентоспособността на фирмите трябва да се използват в комплекс. Това е продиктувано от многоаспектния характер на фирмената конкурентоспособност и от факта, че всяка отделна характеристика изяснява различен аспект от нейното състояние. Липсата или недоброто ниво, на която и да е от тях, сочи проблеми в конкурентоспособността и занижава цялостното ѝ равнище.

Системата от критерии за оценка на моментната конкурентоспособност би могла да се допълни, като към нея се добавят нови. Това би довело до увеличаване броя на характеристиките и ще затрудни практическото им използване за изясняване на състоянието на фирмената конкурентоспособност. Увеличаването им ще влияе на точността на крайния резултат. (Милушева, В., 2012)

Конкурентоспособност на продукта е най-често прилаганият критерий за оценка на фирмената конкурентоспособност. Нещо повече, голяма част от учените смятат че фирмената конкурентоспособност може да се оцени с помощта само на този критерий, с което отъждествяват продуктовата с фирмената конкурентоспособност.

Продуктовата конкурентоспособност е необходимо условие за формиране и обезпечаване на фирмената конкурентоспособност. При положение, че предприятието е еднопродуктово, то продуктовата конкурентоспособност може да е сравнително надежден критерий за оценка на

фирмената конкурентоспособност. Висока конкурентоспособност на продукцията може да се постигне и за сметка на останалите показатели за стопански успех. Така например, тя може да доведе до влошаване на финансовите резултати на фирмата, ако е постигната за сметка на неоправдано големи разходи (за усъвършенстване на продукта, за маркетингово стимулиране и т.н.) или за сметка на прекалено занижената цена. Ето защо тя трябва да се комбинира с останалите индикатори за конкурентоспособност на предприятията от отрасъла, защото продуктовата конкурентоспособност "често пъти е краткотраен резултат от управленски действия или временни благоприятни пазарни условия и взета отделно, не може да се характеризира устойчивия и дълготраен успех на предприятието." (Велев, М., 2004)

Конкурентоспособността на продуктите се оценява с помощта на показателите относително възприемано качество на продуктите и цена на продуктите. За определяне на относително възприемано качество (ОВК) се използва следната последователност от стъпки:

1) Определят се най-значимите за потребителите характеристики (свойства, параметри) на продукта. Определянето на характеристиките на продукта може да стане по експертен път.

2) Определя се коефициент на значимост (K_{3H}) на всеки от вече определените параметри, т.е. на относителната значимост на всеки от тях за потребителите. Това става чрез допитване до потребители, които да изразят мнението си за значимостта на характеристиките на продукта. За целта на всяка от тях те трябва да дадат тегловна оценка от 0 до 1, но така, че сумата на оценките на всички характеристики да е равна на 1 т.е. те трябва да разпределят общата оценка 1 между всички параметри. Определянето на коефициентите на значимост може да се извърши и по експертен път.

3) Определят се степените (нивата), в които всеки от значимите параметри, според потребителите, е развит (е налице) в продукта на фирмата и в продуктите на конкурентите, с които ще се сравнява. За целта на групата потребители се раздават таблици с оценяваните показатели и скала, градираща нивата на развитието им от 1 до 7 (бална оценка 1 показва много лошо равнище, а бал 7 - отлично). Всеки потребител дава своята оценка за продукта на фирмата и за тези на конкурентите по всеки от показателите, а след това резултатите се обобщават. Макар и с по-ниска степен на достоверност, оценките могат да се определят от експерти.

4) Определят се крайните оценки на всеки от сравняваните продукти по всеки от характеризиращите ги показатели. Това се постига чрез умножаване на оценките на всеки от показателите със съответните им коефициенти на значимост. Сумирането на така получените оценки позволява да се определи една обобщаваща потребителска оценка за потребителната стойност на сравняваните продукти, т.е. тяхното относително възприемано качество. (Милушева, В., 2012)

При определянето на относителното възприемано качество в таблицата могат да се сравняват: всички конкуриращи се на този пазар продукти и продуктът на фирмата, и продуктът на основния (най-силния) конкурент, в случаите, когато се оценява конкурентоспособността само на две фирми.

Таблица 1.

Определяне на относителното възприемано качество на продукта:

Брой	Показатели	Значимост на характеристиката		Оценка (0) за продукта на: (1- много лошо равнище, 7 - отлично)				Крайна оценка (КО) за продукта на:			
		от 1 - ниско до 10- много високо	К _{зн}	фирмата (О _ф)	конкурент 1 (О _{к1})	конкурент2 (О _{к2})	конкурент3 (О _{к3})	фирмата (КО _ф)	конкурент1 (КО _{к1})	конкурент2 (КО _{к2})	конкурент3 (КО _{к3})
1											
2											
3											
			1					Σ	Σ	Σ	Σ

Оценката на конкурентоспособността на отделния продукт се извършва по следната формула:

$$КП = \frac{ОВК}{Ц} \quad (1)$$

където:

КП - конкурентоспособността на отделния продукт;

ОВК - относително възприемано качество на продукта (бал);

Ц - цена на продукта (бал).

Много често продуктова конкурентоспособност не е надежден критерий дори за оценка на моментната конкурентоспособност на стопанския субект. Жизнения цикъл на продукта също оказва съществено влияние върху неговата конкурентоспособност. Възможно е моментната конкурентоспособност на един нов и непознат на потребителите продукт може да е ниска, но с огромен потенциал за пазарен успех. Освен това днес потребителските предпочитания са насочени към даден продукт не заради неговите конкурентни предимства заради изградена положителна репутация на дадена фирма, което от своя страна може да доведе на практика до положение продуктът да е конкурентоспособен, а предприятието - не. Ето защо при оценка на фирмената конкурентоспособност задължително трябва да се използват и други критерии, като тежестта на всеки критерий при формиране на комплексната оценка на фирмената конкурентоспособност ще е различна във всеки конкретен случай. (Варамезов, Л., 2008)

Следващият, но не по значимост критерий за оценка на фирмената конкурентоспособност е **производителността на труда**. Този критерий показва количеството стоки или услуги, създавани от единица труд или с други думи казано, размера на добавената стойност, постигнат средно от едно заето лице.

Равнището на производителността на труда не зависи само от усилията, квалификацията, опита и мотивацията на персонала. Значение имат техническото, технологичното и организационното равнище на производството, условията на труд и др.. (Варамезов, Л., 2008)

Производителността на труда е един от най-важните индикатори за характеризирание на фирмената конкурентоспособност, но не е достатъчен за цялостното и характеризирание. При това за оценката на моментното състояние на конкурентоспособността на предприятието трябва да се отчита не ръстът (той може да е значителен,

но при ниско ниво на абсолютна стойност на производителността), а моментното ниво на производителността.

Именно по-високото й ниво, като резултат от мобилизацията и използването на ресурсите на фирмата, показва по-високата степен на превръщане на единица ресурси в търсени на пазарни продукти, а следователно и по-високата успеваемост и конкурентоспособност на фирмата.

Производителността на труда се определя по следната формула:

$$ПТ = \frac{Q_c}{Бр} \quad (2)$$

където:

Q_c - обемът на продукцията в лв.;

Бр. - броят на производствените работници

По високата в сравнение с конкурентите производителност на труда обезпечава т. н. "вътрешно" конкурентно предимство, което води до ниски производствени разходи, позволява да се постигне по ниска продуктова себестойност и неминуемо води до по-висока рентабилност. (Милушева, В., 2012)

Растеж на фирмата спрямо предходната година или друг базов период е критерий, имащ самостоятелно значение. Той е свидетелство за развитие на фирмата, за нарастване на потенциала й. Той може да се оценява чрез размера на нарастването на реализираната продукция, пазарния дял, както и на ресурсите на фирмата. Например, по-високият краен финансов резултат, постигнат за сметка на намаляване на обема на продажбите, не може да се приеме, като успех и не е положителен атестат за състоянието на фирмата. Освен това растежа на фирмата е от голямо значение за постигане на едни или други стопански резултати и е в основата на по-нататъшното им повишаване. Растежът на фирмата се определя като процент на нарастване спрямо предходната година по следните показатели:

1. нарастване на обема на продажбите (приходите) - Нп;
2. нарастване на относителния пазарен дял спрямо основния (най-големия) конкурент - Нпд;
3. нарастване на стойността на дълготрайните активи - На;
4. нарастване на броя на персонала - Нб .

За определяне на процента на нарастване се използва формулата:

$$H\% = \frac{C_{HZ} - C_{nz}}{C_{nz}} * 100 \quad (3)$$

където:

C_{HZ} и C_{nz} са стойностите на показателите, съответно за предходната и настоящата година.

Оценката на растежа на фирмата се извършва спрямо предходната година, като се използват стойностите на показателите

$$PP = w_1 HП + w_2 HПД + w_3 Ha + w_4 Hб \quad (4)$$

където:

w_1, w_2, w_3, w_4 - коефициенти на значимост.

Преди да се определи обобщаваща оценка за моментната конкурентоспособност на минно-добивното предприятие е необходимо да се определят бални оценки на съответните показатели, като се използват формулите:

1. В случаите, когато се оценява и сравнява конкурентоспособността на голям брой фирми, с цел определяне на относителната им позиция (ранга им):

$$BO_{ik} = 6 * \frac{(CT_{ik} - CT_{i\min})}{(CT_{i\max} - CT_{i\min})} + 1 \quad (5)$$

където:

BO_{ik} - балова оценка на i-тия показател за k-тата фирма;

CT_{ik} - стойност на i-я показател за k-тата фирма;

$CT_{i\max}$ и $CT_{i\min}$ - съответно максимално и минимално значение (стойност) на i-тия показател за цялата съвкупност от анализирани фирми.

2. В случаите, когато се оценява и сравнява конкурентоспособността на само две фирми (например при сравнение с основния конкурент), фирмата с по-висока стойност на показателя получава бална оценка 7, оценката на другата фирма се определя по формулата:

$$BO_{ik} = 6 * \frac{CT_{ik}}{CT_{i\max}} + 1 \quad (6)$$

Определят се и коефициенти на значимост на отделните показатели. Те показват различното им относително значение за величината на съответния фактор.

Определянето им може да стане по три начина:

- а) по експертен път от членове на изследователски екип;
- б) чрез проучване на мнението на анкетирани мениджъри;
- в) в резултат на емпирични изследвания.

Независимо по кой от тези начини ще бъдат определяни при тяхното количествено измерване трябва да се има предвид, че сумата на коефициентите на значимост на всички показатели на даден фактор трябва да е 1.

Следва определяне на обобщаваща оценка за конкурентоспособността на минно-добивното предприятие по формулата:

$$K = w_1 КП + w_2 ПП + w_3 ПП \quad (7)$$

w_1, w_2, w_3 - коефициенти на значимост.

Когато се сравняват две или повече фирми от даден отрасъл, то по-високият показател за конкурентоспособност на дадена фирма показва и по-високата й моментна конкурентоспособност и тя е толкова по-висока, колкото по-висок е и показателят й. Когато показателите на две фирми от отрасъла са равни, то и конкурентоспособността им е равна. Аналитичните възможности на сравненията се задълбочават, когато те се извършват по отделни критерии и показатели. (Милушева, В., 2012)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Трябва да се подчертае, че няма общовалиден метод за оценка на фирмената конкурентоспособност. Всеки един трябва да е съобразен с целта на оценката. А в зависимост от преследваната цел, ще се променят и броя, и състава на критериите, по които ще се оценява конкурентоспособността на предприятието. Но метода за оценка не трябва да е съобразен не само с целта. Трябва да се има предвид и спецификата на предприятието, продукта, който се произвежда, характера на конкуренцията и прочие ограничителни условия. Критериите за оценка на конкурентоспособността на фирмата би могла да се допълни, като към нея се добавят нови. (Варамезов, Л., 2008) Това обаче не е желателно, защото прекаленото увеличаване на броя на характеристиките ще затрудни практическото им използване за изясняване на състоянието на фирмената конкурентоспособност, ще засили взаимната зависимост между тях, което ще влияе на точността на крайния резултат.

Литература

- Варамезов, Л., Критерии за оценка на фирмената конкурентоспособност. *Сборник доклади ЮНПК*, 2008, с.-224-228 с.
- Велев, М. *Оценка и анализ на фирмената конкурентоспособност*. Софтрейд, С., 2004.
- Маринов Г., Мл. Велев, О. Гераскова, *Икономика и конкурентоспособност на предприемаческата дейност*, Изд. „Информа интелект“, С. 2009.
- Милушева, В. Методика за оценка и анализ на конкурентоспособността на индустриалната фирма. - *Икономически и социални алтернатив*, 4, . -102-117.

Статията е препоръчана за публикуване от кат. „Икономика и управление“.