

УДК 339.137.22

UDC 339.137.22

**МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К
ОЦЕНКЕ И КОНТРОЛЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ЭФФЕКТИВНОСТИ КОНКУРЕНТНОЙ
СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ**

**METHODOLOGICAL APPROACH TO
ESTIMATION AND CONTROL OF THE
ECONOMIC EFFECTIVENESS OF
COMPETITORY STRATEGY OF THE
INDUSTRIAL ENTERPRISE**

Глухих Лилия Викторовна
к.э.н., доцент
*ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный
аграрный университет», Краснодар*

Glukhikh Liliya Viktorovna
Can.Econ.Sci., associate professor
Kuban State Agrarian University, Krasnodar

Статья посвящена характеристике взаимосвязи процессов конкуренции и неопределенности как базового детерминанта, определяющего результативность хозяйственной деятельности промышленных предприятий. Проведен анализ содержательного значения конкуренции, выдвинута и обоснована идея рассмотрения конкурентных процессов как элемента рыночной среды, усиливающего неопределенность внешней среды промышленного предприятия и требующего стратегического подхода к управлению в части формирования и реализации конкурентных преимуществ

The article is dedicated to the characteristic of the interrelation of the processes of competition and uncertainty as the base determinant, which determines the result of the economic activity of industrial enterprises. The analysis of the meaningful value of competition has been carried out; the idea of the examination of competitory processes as the element of market medium, which amplifies the uncertainty of the environment of industrial enterprise and requiring strategic approach to control in the part of formation and realization of the competitive advantages has been advanced and substantiated

Ключевые слова: КОНКУРЕНЦИЯ,
НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ, КОНКУРЕНТНОЕ
ПРЕИМУЩЕСТВО, СТРАТЕГИЧЕСКИЙ
ПОДХОД, КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ,
ПРОМЫШЛЕННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ,
КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА

Keywords: COMPETITION, UNCERTAINTY,
COMPETITIVE ADVANTAGE, STRATEGIC
APPROACH, COMPETITORY STRATEGY,
INDUSTRIAL ENTERPRISE, COMPETITORY
MEDIUM

Ключевым элементом разработки и реализации конкурентной стратегии промышленного предприятия является ее экономическая эффективность. По определению Большого экономического словаря, экономический эффект – полезный результат экономической деятельности, измеряемый обычно разностью между денежным доходом от деятельности и денежными расходами на ее осуществление [1]. Именно возможность получения положительного экономического эффекта является критерием необходимости разработки и реализации мероприятий, образующих в

совокупности конкурентную стратегию промышленного предприятия. Отметим, что этот фундаментальный аспект проблематики стратегического подхода к конкуренции практически не рассмотрен в трудах отечественных и зарубежных ученых, обосновывающих необходимость разработки и реализации конкурентной стратегии «по умолчанию» при возникновении признаков конкуренции. Даже основоположник проблемы М. Портер в своих трудах оперирует скорее результативностью конкурентной стратегии, нежели ее экономической эффективностью.

Практика конкурентной борьбы промышленных предприятий давно выработала у руководителей достаточно спокойное отношение к конкурентной борьбе в силу именно отсутствия понимания масштабов и значения экономической эффективности разрабатываемых и реализуемых ее мероприятий. Не случайно в результатах исследования Стокгольмской школы экономики (2006) 48% участников опроса по проблемам взаимоотношений между компаниями охарактеризовали конкуренцию как сосуществование, еще 28% не стеснялись входить в кооперацию с конкурентами, а 1% – в сговор, и только 3% воспринимали конкуренцию как конфликт, а 17% – как непрерывную борьбу [2]. Одна из причин подобного отношения к конкурентам – отсутствие четкой оценки

экономической эффективности мероприятий конкурентной борьбы, поскольку в практике управления промышленными предприятиями принцип экономической эффективности является базой для принятия абсолютного большинства рациональных управленческих решений. В отсутствие понимания и прогноза экономической эффективности мероприятий активной конкурентной стратегии предприятия переходят к сосуществованию, а то и к сотрудничеству в промежуточных (кооперация) и крайних (сговор) формах.

Между тем только расчет, прогноз и контроль экономической эффективности мероприятий конкурентной стратегии промышленного предприятия делают ее осознанной, целенаправленной и обоснованной. Извлечение отрицательного экономического эффекта автоматически лишает целесообразности мероприятия конкурентной борьбы, вынуждая собственников предприятия либо к занятию пассивной конкурентной позиции, либо к поиску преимуществ в части случайных клиентов, либо к реализации мероприятий недобросовестной конкуренции.

Экономическая эффективность реализации мероприятий конкурентной стратегии в авторском понимании представляет собой прирост экономической эффективности основной производственной деятельности промышленного предприятия, обеспеченный опережающим

ростом прибыли от реализации дополнительных объемов продукции в условиях конкуренции над ростом затрат на реализацию указанных мероприятий. Специфика расчета экономической эффективности мероприятий конкурентной стратегии промышленного предприятия приведена на рис.1. Из рис.1 видно, что расчет общего экономического эффекта от разработки и реализации мероприятий конкурентной стратегии промышленного предприятия включает в себя следующие этапы, которые должны быть обеспечены полноценной экономической методологией:

1) управленческий учет всех затрат на разработку и реализацию мероприятий конкурентной борьбы (стратегии использования конкурентного потенциала промышленного предприятия);

2) прирост валовой прибыли от реализации продукции, товаров, работ, услуг предприятия по основному виду деятельности за счет увеличения количества, объема и рентабельности транзакций в целевых группах потребителей (обеспеченный применением авторского подхода к транзакционному анализу структуры потребительского поведения с точки зрения его конкурентности);

3) расчет экономического эффекта от разработки и реализации мероприятий конкурентной борьбы, определяемого как разница прироста валовой прибыли по транзакциям целевых групп потребителей и затрат на разработку и реализацию мероприятий конкурентной борьбы;



Рис. 1 Логика формирования экономического эффекта в ходе разработки и реализации мероприятий конкурентной стратегии промышленного предприятия

4) управленческий учет всех затрат на разработку и реализацию мероприятий по созданию и развитию конкурентного потенциала промышленного предприятия;

5) расчет общего экономического эффекта от разработки и реализации мероприятий конкурентной стратегии промышленного предприятия, определяемого как разница между экономическим эффектом от мероприятий конкурентной борьбы и затратами на воспроизводство конкурентного потенциала промышленного предприятия.

Для реализации полноценного контроля экономической эффективности конкурентной стратегии промышленного предприятия необходимо комплексное использование соответствующей методологии (табл. 1).

Комплексное применение указанной методологии позволяет реализовать систему эффективного управленческого контроля экономической эффективности разработки и реализации, основанную на расчете и интерпретации количественных данных о динамике прибыли предприятия и ее взаимосвязи с предпринимаемыми усилиями в части мероприятий конкурентной стратегии.

Таблица 1 - Методы контроля результативности и экономической эффективности реализации конкурентной стратегии промышленного предприятия

| Метод | Содержание | Функциональная направленность |
|--|--|--|
| 1 | 2 | 3 |
| Бюджетирование мероприятий и программ конкурентной стратегии (в том числе мероприятий по формированию и использованию конкурентного потенциала) | Составление бюджета – росписи денежных расходов на реализацию мероприятий конкурентной стратегии на определенный период | Позволяет проверить сбалансированность и обоснованность расходования средств в рамках реализации конкурентной стратегии, исчислить их общий размер для расчета экономического эффекта |
| Управленческий учет результативности и экономической эффективности реализации мероприятий конкурентной борьбы в разрезе целевых групп потребителей | Упорядоченная система выявления, измерения, сбора, регистрации, интерпретации, обобщения, подготовки и предоставления важной для принятия решений по деятельности организации информации и показателей для управленческого звена организации (внутренних пользователей — руководителей) [3]. | Помогает оценить объемы прироста валовой прибыли по основному виду деятельности в целевых группах потребителей, выделив их в общем объеме валовой прибыли предприятия за определенный период |
| Методы маркетингового контроля сбытовой деятельности предприятия, «мистерии шоппинг» | Разновидность метода маркетинговых исследований – эксперимента в условиях мнимого эксперимента (с неизвестной для персонала ситуацией проведения) либо неопределенного эксперимента (с неизвестными для персонала целью, задачами и условиями проведения) | Контролирует и выявляет факторы, сопутствующие и препятствующие увеличению количества и объема транзакций в структуре продаж промышленного предприятия (в целевых группах потребителей) |
| Расчет экономического эффекта от реализации мероприятий конкурентной борьбы и конкурентной стратегии промышленного предприятия в целом | Сопоставление прироста валовой прибыли от основного вида деятельности (в транзакционном срезе по целевым группам потребителей) с затратами на реализацию мероприятий конкурентной стратегии | Позволяет рассчитать экономический эффект от разработки и реализации мероприятий конкурентной борьбы и конкурентной стратегии в целом |

Продолжение таблицы 1

| 1 | 2 | 3 |
|---|---|---|
| Факторный анализ резервов экономической эффективности и конкурентоспособности промышленного предприятия | Расчет факторной модели конкурентоспособности предприятия на основе транзакционного анализа | Позволяет получить количественную оценку резервов роста конкурентоспособности промышленного предприятия |

Выводы об экономической эффективности реализации отдельных мероприятий и программ конкурентной стратегии промышленного предприятия предлагается формулировать на основе расчета и анализа показателей экономической эффективности, позволяющих содержательно охарактеризовать экономическую целесообразность их осуществления. При этом информационную ценность представляет не только контрольная и отчетная информация, но и архив информации о планировавшихся, но не реализованных, и уже осуществленных мероприятиях, что позволяет претворить в жизнь обоснованное экономическое прогнозирование на основе имеющихся эмпирических данных.

Сформулируем следующие выводы:

– экономическая эффективность мероприятий конкурентной стратегии является объективным базисом, определяющим необходимость разработки и реализации мероприятий конкурентной стратегии промышленного предприятия. Только при положительном прогнозе экономического эффекта от разработки и реализации соответствующих

мероприятий управленческая деятельность по формулированию и реализации конкурентной стратегии имеет смысл и экономическую целесообразность;

– экономическая эффективность реализации мероприятий конкурентной стратегии в авторском понимании представляет собой прирост экономической эффективности основной производственной деятельности промышленного предприятия, обеспеченный опережающим ростом прибыли от реализации дополнительных объемов продукции в условиях конкуренции над ростом затрат на реализацию указанных мероприятий. При этом рассчитываются два показателя: экономический эффект от реализации непосредственно мероприятий конкурентной борьбы, на основе которого рассчитывается полный экономический эффект от реализации мероприятий конкурентной стратегии в целом;

– авторское видение методологии контроля экономической эффективности конкурентной стратегии позволяет реализовать полноценное информационное обеспечение управленческой деятельности в условиях конкуренции на основании применения методов и процедур транзакционного анализа, что обеспечивает повышение достоверности и информационной ценности получаемых количественных данных. При этом обладание подобной информацией уже является полноценным конкурентным преимуществом промышленного предприятия, позволяющим обеспечить экономически эффективное использование

ресурсов корпоративной компетенции и избежать реализации заведомо экономически неэффективных мероприятий.

Список литературы.

1. Большой экономический словарь /под ред. А.Н. Азрилияна. М., 2004. С. 1345
2. Скудна Н. Управление конкурентами. Шах и мат на бизнес-поле. СПб., 2008. С. 39-40.
3. Управленческий учет. URL: <http://www.upruchet.ru/>