

УДК 339.137

Д.С. БИЧОЕВА,

аспирант

Пятигорский государственный технологический университет

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ И ЕЕ СВЯЗЬ С КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР В ЦЕЛОМ

В статье изложены предпосылки, необходимые для активизации исследований в направлении формирования механизма обеспечения устойчивого процесса повышения конкурентоспособности организаций и их продукции, глубокого теоретического, методологического анализа сущности понятий «конкурентоспособность», «конкурентоспособность организации», «конкурентоспособность потребительских товаров и услуг», обоснования эффективных методов и инструментария управления конкурентоспособностью на микроуровне в реальном временном и пространственном измерении. В работе представлен подход к оценке, критерию и показателю конкурентоспособности на микроуровне. Для конкретизации исследования рассматриваемой отрасли экономики была взята торговля.

В теории и практике экономической науки одним из ключевых понятий является «конкурентоспособность», которая наряду с другими аналогичными ему по степени обобщения, уровням соподчинения, взаимосвязям и т.п., такими как «полезность», «эффективность», «ценность» и др., является конкретной формой выражения более общего понятия «результативность».

Ранее нами уже обосновывалась точка зрения о несоответствии формы выражения понятия «конкурентоспособность потребительских товаров» его содержанию и была предложена другая форма. На наш взгляд, целесообразно кратко привести его и в рамках данной работы. Общеизвестно, что товар обладает потребительской стоимостью, то есть содержит в себе определенную совокупность свойств, элементов качества, отличающих и выделяющих его от других товаров. Товар не несет в себе одновременно функции носителя и самовыражения заложенных в него свойств.

В Философском энциклопедическом словаре [2, с. 649] так определено понятие «способность»: «способности, индивидуальные особенности личности, являющиеся субъективными условиями успешного осуществления определенного рода деятельности». На наш взгляд, способность есть возможность самореализации свойств в форме определенных конкретных действий, функций.

Очевидно, что носителем способностей и их самовыражения является только человек, живая материя. Товар же сам по себе не обладает никакой способностью, то есть возможностью самореализации свойств, в отличие от живой материи, например, человека. Только продавец и покупатель могут оценить степень привлекательности товаров, их «конкурентоспособность». Только человек способен извлекать из товара заложенные в нем полезные потребительские свойства для удовлетворения своих потребностей. Товар самостоятельно выразить свои особенности не в состоянии, поскольку он не обладает способностью к самовыражению, самореализации заложенных в него потребительских свойств как таковых. Вот почему потребительский товар, услуга, работа не могут обладать никакой способностью, в том числе и способностью к конкуренции, то есть быть конкурентоспособными. Конкурентными потребительские товары делает человек, он же и производит его выбор.

Разрешением этого противоречия в содержании и форме выражения понятия «конкурентоспособность» может стать замена этого понятия на другое – «конкурентность» или «конкурентность потребительского товара, услуги». В иерархически классифицированные «парные» понятия «результат – результативность», «эффект – эффективность», «польза – полезность», «прибыль – прибыльность (рентабельность)»

и т.д., по аналогии вписывается и исследуемая «пара» «конкуренция – конкурентность», а не как это имеет место в настоящее время, «конкуренция – конкурентоспособность». Поскольку понятие «конкурентность» является частным по сравнению с общим понятием «результативность», то определение содержания и форма выражения понятия «конкурентность» должны строиться на основе отношений «общее – особенное – единичное» и определяться содержанием и формой общего понятия «результативность». В соответствии с приведенными обоснованиями и аргументацией приведем следующие предлагаемые новые определения понятий.

Конкурентность – это степень соответствия товара (услуги, работы), объекта рынка имеющимся на нем однородным товарам (услугам, работам), объектам рыночных отношений.

Конкурентность товара, услуги – это степень соответствия, объективно-субъективная оценка удовлетворенности покупателя потребительскими свойствами товара (услуги, работы) условно выраженными на единицу его стоимости.

Представляется, что данное определение содержания и формы выражения понятия «конкурентность» исключает отмеченные выше противоречия, более точно, согласуется и соподчиняется с общим по отношению к нему понятием «результативность».

Что касается понятия «конкурентоспособность товара, услуги, работы», на наш взгляд, при всей противоречивости между его содержательным наполнением и формой выражения, ставить вопрос необходимо осторожно. Это связано с тем, что на трансформацию содержания и формы выражения общепринятых понятий требуется определенное время для дискуссий, осознания и естественного процесса их утверждения в понятийно-категориальном аппарате. Ярким подобным историческим примером подтверждения этого является трансформация общепринятого понятия «товарооборот» в понятие «оборот» или «объем продаж», которая и до настоящего времени еще не завершена. В самом деле, товары в натурально-вещественной форме не оборачиваются, они только продвигаются из сферы обращения в сферу потребления, оборачивается лишь стоящая за ними стоимость.

И тем не менее, на наш взгляд, несмотря на очевидно существующую проблему и обоснован-

ность, с теоретической точки зрения, приведенных доводов в пользу понятия «конкурентность товара, услуги, работы», чтобы не ломать сложившихся традиций, на данном переходном этапе использование в равной степени обоих понятий «конкурентоспособность товара, услуги, работы» и «конкурентность товара, услуги» можно считать вполне допустимым.

В соответствии с иерархией уровней управления, организационно-технологической логикой построения конкурентоспособность потребительских товаров и услуг является главным компонентом, образующим конкурентоспособность организации в целом. Исходя из такой постановки, когда конкурентоспособность потребительских товаров и услуг определяет конкурентоспособность хозяйствующего субъекта, получим формализованные взаимосвязи между этими одними из важнейших характеристик деятельности предпринимательских структур.

На рис. 1 представлена качественная связь между конкурентоспособностью отдельных потребительских товаров и услуг и конкурентоспособностью предпринимательской структуры в целом. Конкурентность (конкурентоспособность) потребительских товаров раскрывается через полезный эффект (совокупность потребительских свойств) и стоимость, а конкурентоспособность хозяйствующего субъекта – посредством объемов продаж или объемов удовлетворенного потребительского спроса на товары, услуги, работы и стоимость. При этом конкретной формой стоимости при конкурентоспособности потребительских товаров будет выступать, как правило, цена товара (или затраты, доходы, прибыль), а при конкурентоспособности организации – объем потребленного капитала (или стоимость совокупных затрат).

В [1] обоснован подход к оценке, критерию и показателю конкурентоспособности на микроуровне. Для конкретизации исследования, без которой обойтись невозможно, поскольку конкурентоспособность хозяйствующего субъекта требуется формализовать, в качестве рассматриваемой отрасли экономики была взята торговля. Такой выбор был не случаен, поскольку для любого вида деятельности объем продаж выступает основным показателем. В этом смысле торговля является одновременно конкретным видом

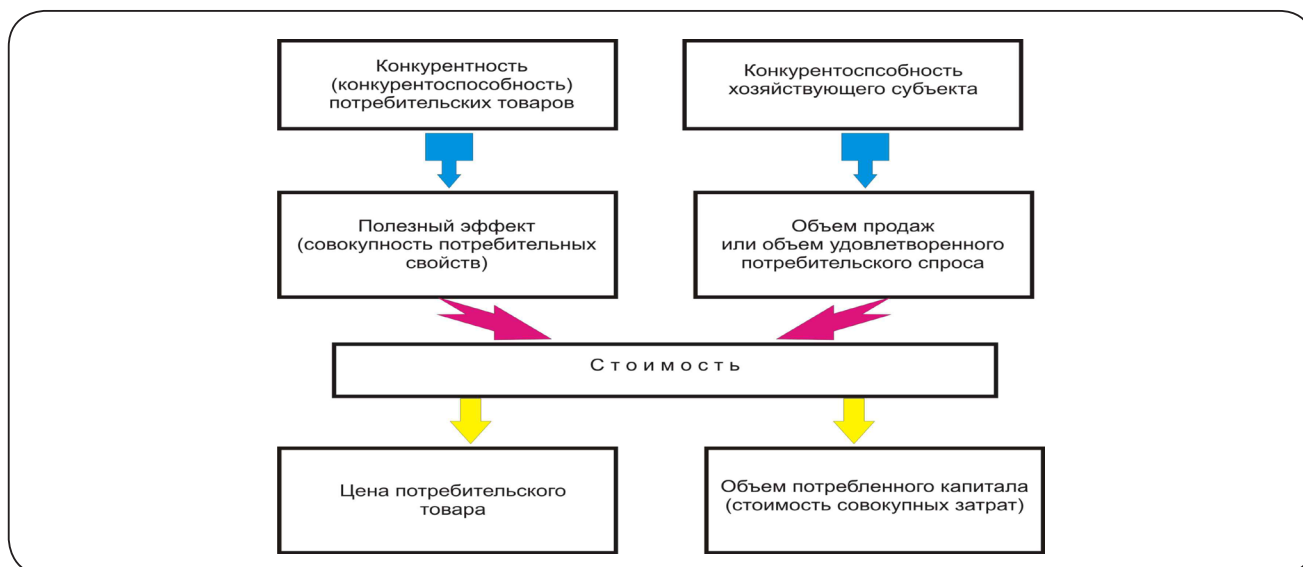


Рис. 1. Взаимосвязь между конкурентоспособностью отдельных потребительских товаров и услуг и конкурентоспособностью организации в целом

деятельности и универсальным, необходимым для всех остальных, так как извлечение дохода возможно лишь в случае реализации объема произведенной продукции, объема заготовленных потребительских товаров и сырья, объема оказанных услуг, выполненных работ и т.п.

Основным показателем торговой деятельности является розничный оборот без налога на добавленную стоимость и акцизов. Розничный оборот (как любая выручка от продаж) состоит из оборота в ценах закупки (оборота по себестоимости покупки) (ОС), издержек обращения (И) и эффекта от реализации – прибыли, убытка, либо отсутствия эффекта – безубытка. С целью упрощения исследования выберем конкретную и желаемую любым хозяйствующим субъектом форму эффекта – прибыль от реализации (Π_p) (для другой конкретной формы эффекта – убытка все рассуждения будут аналогичными):

$$OP = OC + I + \Pi_p. \quad (1)$$

Оборот в ценах закупки (оборот по себестоимости покупок) и издержки обращения вместе образуют совокупные затраты, или потребленный капитал ($K_{потр}$):

$$K_{потр} = OC + I. \quad (2)$$

С учетом равенства (2) формализация (1) примет обобщенный вид

$$OP = K_{потр} + \Pi_p. \quad (3)$$

Далее в работе [1] предлагается разделить обе части выражения (3) на объем продаж ОР, откуда получается

$$\frac{OP}{OP} = 1 = \frac{K_{потр}}{OP} + \frac{\Pi_p}{OP} = \frac{1}{n_{K_{потр}}} + R_{пр}, \quad (4)$$

где $R_{пр} = \frac{\Pi_p}{OP}$ – показатель эффективности формы рентабельности продаж; $n_{K_{потр}}$ – производительность или число оборотов потребленного капитала.

Из равенства (4) выражается рентабельность продаж [1]

$$R_{пр} = 1 - \frac{1}{n_{K_{потр}}}. \quad (5)$$

В [1] предложен показатель экономичности хозяйствующего субъекта (ЭК), который характеризует уровень организации деятельности и уровень технологий, используемых в процессе ее ведения, и его возможно оценить с помощью приведенного в [1] ЭК. Экономичность функционирования любой экономической системы (\mathcal{E}_k) определяется отношением величины потребленных в процессе деятельности ресурсов ($K_{потр}$) к объему совокупных или примененных ресурсов ($K_{прим}$):

$$\mathcal{E}_k = \frac{K_{потр}}{K_{прим}} \quad (6)$$

и выражает ее результативность в части организации и технологии использования имеющегося в распоряжении предприятия примененного капитала. Другими словами, экономичность характеризует уровень организации и технологии потребления совокупных ресурсов в процессе функционирования экономической системы. Экономичность отражает результативность функционирования организационно-экономического механизма потребления совокупных ресурсов или использования примененного капитала в рамках конкретной деятельности хозяйствующего субъекта. Это своеобразный «экономический показатель полезного действия», который позволяет оценить объем совокупных ресурсов, которые потребляются при использовании в процессе деятельности организации одной стоимостной единицы примененного капитала [1].

Если в равенство (6) ввести объем реализации (ОР) и произвести не нарушающие его преобразования, получим следующую форму

$$\text{ЭК} = \frac{K_{\text{потр}} \cdot \text{ОР}}{K_{\text{прим}} \cdot \text{ОР}} = \frac{n_{K_{\text{прим}}}}{n_{K_{\text{потр}}}}, \quad (7)$$

где $n_{K_{\text{прим}}}$ – производительность (число оборотов) примененного капитала; $n_{K_{\text{потр}}}$ – производительность (число оборотов) потребленного капитала.

Из формализации экономичности (7) определим производительность потребленного капитала [1]

$$n_{K_{\text{потр}}} = \frac{n_{K_{\text{прим}}}}{\text{ЭК}}. \quad (8)$$

Выражение производительности потребленного капитала через производительность примененного капитала и экономичность (8) в подставляется в равенство (5) [1]:

$$R_{\text{пр}} = 1 - \frac{1}{\frac{n_{K_{\text{прим}}}}{\text{ЭК}}} = 1 - \frac{\text{ЭК}}{n_{K_{\text{прим}}}}. \quad (9)$$

Из формализации (9) окончательно выделяется показатель

$$КС = \frac{n_{K_{\text{прим}}}}{\text{ЭК}}, \quad (10)$$

который в [1] определен как общий показатель конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

Экономическое содержание данного показателя характеризуется многообразием форм выражения:

- с позиций производительности совокупных ресурсов, полученный показатель отражает и позволяет количественно оценивать производительность примененного капитала, приходящуюся на единицу результативности функционирования экономической системы в части организации и технологии использования примененного капитала. Другими словами, это производительность совокупных ресурсов, которая соответствует достигнутой организацией уровня организации и технологий управления, то есть удельная производительность примененного капитала. Полученная хозяйствующим субъектом удельная производительность адекватно отвечает объективно сложившейся экономичности;

- с позиций скорости движения примененного капитала, предлагаемый показатель характеризует и позволяет количественно оценить его скорость (число оборотов капитала), которая напрямую зависит от сложившейся результативности организации деятельности и используемых хозяйствующим субъектом технологий.

Общий показатель (10) отражает все формирующие конкурентоспособность хозяйствующего субъекта и обозначенные выше факторы: уровень организации деятельности в целом или организованность; уровень используемых технологий или технологичность; производительность (оборачиваемость) капитала (ресурсов) [1].

Общий показатель конкурентоспособности на микроуровне (10) легко упрощается, если подставить вместо производительности примененного капитала и экономичности соответственно их выражения [1]:

$$КС = \frac{n_{K_{\text{прим}}}}{\text{ЭК}} = \frac{\text{ОР} : K_{\text{прим}}}{K_{\text{потр}} : K_{\text{прим}}} = \frac{\text{ОР}}{K_{\text{потр}}}. \quad (11)$$

Показатель (10) полностью совпал с показателем производительности потребленного капитала, которая характеризует объем продаж, получаемый с одной стоимостной единицей потребленного капитала или число оборотов потребленного капитала (скорость его обращения). Исходя из того, что показатель производительности (числа оборотов или скорости обращения) потребленного капитала (совокупных затрат) трансформировался в

тождественный показатель (10), получаем, что оба показателя одинаково в полной мере отражают содержание конкурентоспособности хозяйствующего субъекта. Форма общего показателя конкурентоспособности хозяйствующего субъекта может быть представлена обеими формализациями (11) [1].

Продолжим развитие исследования конкурентоспособности организации во взаимосвязи с конкурентностью потребительского товара.

На наш взгляд, приведенный подход в [1] возможно трансформировать и на конкурентность отдельного потребительского товара, которую предлагается рассматривать как степень соответствия объемов продаж конкретного потребительского товара (отдельной товарной группы или группы товаров) (OP_i) совокупным затратам по данному отдельному i -му товару (отдельной товарной группы или группы товаров) и оценивать как

$$KC_i = \frac{OP_i}{K_{потр_i}}. \quad (12)$$

Предлагаемый подход, позволяющий производить оценку конкурентности отдельного потребительского товара, носит общий характер, в отличие от ранее используемых, во-первых, взаимоувязывается с вышеприведенным подходом к оценке конкурентоспособности на микроуровне, во-вторых, определенным образом развивает теорию конкурентоспособности.

Выведем формализацию взаимосвязи конкурентоспособности организации и конкурентности отдельного потребительского товара. Преобразуем формулу (12), выразив конкурентность отдельного товара через конкурентоспособность организации (KC), долю потребленного капитала отдельного i -го товара в совокупных затратах организации ($d_{K_{потр_i}}$) и долю оборота отдельного товара в общем обороте организации (d_{OP_i}):

$$\begin{aligned} KC_i &= \frac{OP_i \cdot OP \cdot K_{потр}}{K_{потр_i} \cdot OP \cdot K_{потр}} = \frac{OP \cdot OP_i \cdot K_{потр}}{K_{потр} \cdot OP \cdot K_{потр_i}} = \\ &= KC \cdot \frac{d_{OP_i}}{d_{K_{потр_i}}}, \end{aligned} \quad (13)$$

где $d_{K_{потр_i}} = \frac{K_{потр_i}}{K_{потр}}$ – доля потребленного капитала отдельного товара в совокупном потребленном

капитале; $d_{OP_i} = \frac{OP_i}{OP}$ – доля оборота отдельного товара в общем обороте.

Наконец, из формулы (13) получим искомую взаимосвязь конкурентоспособности организации и конкурентности отдельного i -го потребительского товара

$$KC = KC_i \cdot \frac{d_{K_{потр_i}}}{d_{OP_i}}. \quad (14)$$

Согласно полученной формализации (14) для количества n потребительских товаров конкурентоспособность организации может быть выражена на следующей системой:

$$\begin{aligned} KC &= KC_1 \cdot \frac{d_{K_{потр_1}}}{d_{OP_1}}, \\ KC &= KC_2 \cdot \frac{d_{K_{потр_2}}}{d_{OP_2}}, \\ KC &= KC_n \cdot \frac{d_{K_{потр_n}}}{d_{OP_n}}. \end{aligned} \quad (15)$$

Если почленно сложить левые и правые части равенств системы (15) и выразить конкурентоспособность организации через конкурентности отдельных n потребительских товаров, получим окончательно

$$\begin{aligned} KC &= \frac{1}{n} \cdot (KC_1 \cdot \frac{d_{K_{потр_1}}}{d_{OP_1}} + KC_2 \cdot \frac{d_{K_{потр_2}}}{d_{OP_2}} + \dots \\ &+ KC_n \cdot \frac{d_{K_{потр_n}}}{d_{OP_n}}) = \\ &= \frac{1}{n} \cdot \sum_{i \in n} KC_i \cdot \frac{d_{K_{потр_i}}}{d_{OP_i}}. \end{aligned} \quad (16)$$

Таким образом, согласно полученной формализованной модели (16), конкурентоспособность на микроуровне может быть выражена посредством конкурентности и соотношения долей потребленного капитала и объема продаж отдельных потребительских товаров. Величина потреблен-

ного капитала или совокупных затрат по каждому отдельному потребительскому товару может определяться различными способами. В случае наличия электронного учета подобных затрат она считается непосредственно прямым методом. Если такой учет не ведется, возможно производить различными опосредованными методами.

С помощью модели (16) возможно проводить факторный анализ, позволяющий определить весомость влияния конкурентности каждого отдельного потребительского товара на конкурентоспособность хозяйствующего субъекта в целом, что важно при ее формировании и прогнозной оценке и принятии как стратегических, так и тактических управленческих решений.

Апробируем полученные результаты на материалах деятельности торговой предпринимательской структуры «Алиса» за 2009 г. (табл. 1).

Таблица 1
Расчет конкурентоспособности организации и отдельных групп потребительских товаров предпринимательской структуры «Алиса» в 2009 г., млн руб.

Наименование групп товаров	Объем продаж ОР	Потребленный капитал, $K_{\text{потр}}$	Доля потребленного капитала i -го товара в совокупных затратах, $d_{\text{капитал}}^i$	Доля оборота i -й группы товаров в общем объеме продаж, $d_{\text{обр}}^i$	Конкурентность i -й группы товаров, KC_i	Конкурентоспособность организации, KC
Продовольственные товары	5,40	4,48	62,79	62,22	1,21	–
Непродовольственные товары	3,20	2,72	37,21	37,78	1,18	–
Всего	8,60	7,20	100,00	100,00	1,19	1,19

На основе исходных данных предпринимательской структуры «Алиса» в 2009 г. произведем оценку конкурентоспособности как в целом, так и отдельных групп товаров.

1. Доля потребленного капитала отдельной i -й группы товаров в совокупных затратах организации, %:

– продовольственные товары

$$(4,48:7,20) \cdot 100 = 62,22;$$

– непродовольственные товары

$$(2,72:7,20) \cdot 100 = 37,78;$$

– всего

$$62,22 + 37,78 = 100.$$

2. Доля оборота отдельной i -ой группы товаров в общем объеме продаж, %:

– продовольственные товары

$$(5,40:8,60) \cdot 100 = 62,79;$$

– непродовольственные товары

$$(2,72:7,20) \cdot 100 = 37,21;$$

– всего

$$62,79 + 37,21 = 100.$$

3. Конкурентность i -ой группы товаров, рассчитанная по формуле (12), руб. / руб.:

– продовольственные товары

$$5,40:4,48 = 1,21;$$

– непродовольственные товары

$$2,72:7,20 = 1,76.$$

4. Конкурентоспособность хозяйствующего субъекта, рассчитанная согласно формализации (16), руб. / руб.:

$$KC = \frac{1}{2} \cdot (1,21 \cdot \frac{0,6279}{0,6222} + 1,18 \cdot \frac{0,3721}{0,3778}) = 1,19.$$

5. Конкурентоспособность хозяйствующего субъекта, рассчитанная согласно формализации (11), руб. / руб.:

$$KC = \frac{8,60}{7,20} = 1,19.$$

6. Баланс:

$$1,19 = 1,19.$$

Таким образом, оценка конкурентоспособности предпринимательской структуры, согласно формулам (11) и (16), совпала.

Список литературы

1. Хозяйствующий субъект: конкурентоспособность, риски, информационное обеспечение / Д.Е. Давыдянц и др. – Ставрополь: Ставролит; СИЭУ ФПГТУ, 2010. – 116 с.

2. Философский энциклопедический словарь / гл. ред. Л.Ф. Ильичев и др. – М.: Сов. энциклопедия, 1983. – 840 с.

В редакцию материал поступил 11.01.11

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентоспособность организации, конкурентоспособность потребительских товаров и услуг.