
**ИЗМЕРИТЕЛИ НА ЕФЕКТИВНОСТТА
И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ФИРМАТА**

*Михаил МИХАЙЛОВ**

**MEASURES OF EFFICIENCY
AND COMPETITIVENESS OF THE COMPANY**

Abstract: *Surviving in today's economy requires every company to continually strive to produce more efficiently. This paper discusses issues related to the use of accurate measures of company's performance and competitiveness.*

Key words: *efficiency, competitiveness, labor productivity, quality*

Оцеляването в условията на съвременната икономика налага непрекъснат стремеж на всяка фирма да произвежда по-ефективно продукция, която да бъде висококонкурентна и да удовлетворява специфичните потребности на клиента.

Целта на настоящата разработка е да се посочат и анализират някои ефективни способности за измерване на ефективността и конкурентоспособността на фирмата.

Икономическият ефект характеризира резултата на труда, свързан с производството на стоки и услуги. Резултатът на производителния труд може да има следните измерения:

- количествен прираст на продукцията;
- повишено качество на продуктите и цената им;

* Авторът е професор, доктор във Висшето училище по сигурност и икономика – Пловдив.

– увеличаване на печалбата на фирмата.

За всяка организация е от значение как ще бъде постигната висока ефективност и какви ресурси ще са нужни за нея. Стратегическа цел е с минимален разход на ресурси да се получи максимален ефект. Затова винаги полученият ефект се сравнява с направените разходи. Ефективността на производството се получава, като абсолютната стойност на ефекта се отнесе към абсолютната величина на направените разходи за труд и суровини [3]:

$$E_{\text{фпр}} = \frac{E_{\text{пр}}}{P_{\text{тс}}}$$

където:

E_{фпр} – ефективност на производството;

E_{пр} – ефект от производството;

P_{тс} – разходи за труд и суровини.

Така изразеното съотношение може да бъде в няколко варианта, като е възможно и да се съотнасят разходите към ефекта.

Възможно е величината на ефекта да се дефинира само от дадени показатели. В някои случаи се получават количествени показатели, които са пряко свързани с обема на производството и позволяват да се определи равнището на ефективност на ресурсите. В други случаи като крайни икономически показатели могат да се ползват качествените, които са обобщаващи за ефективността. Ефективността на производството се пресмята на базата на всички разходи за основен и оборотен капитал.

Икономическата ефективност на фирмата бива обща и сравнителна. Общата се изчислява за цялата производствена дейност на организацията, докато сравнителната икономическа ефективност се ползва за отделни производствени сектори.

При изчисляването на общата икономическа ефективност се ползват аналитични и синтетични показатели. За аналитичните показатели се ползват различните видове разходи:

- разход на жив труд (трудоемкост);
- разход на капитал (капиталоемкост);
- разход на материали и суровини (материалоемкост).

Разходът на жив труд за производство на единица продукция определя трудоемкостта и се изчислява по следния начин [3]:

$$T_n = \frac{P_T (\text{Ч/Ч})}{K_n}$$

където:

T_n – трудоемкост на продукцията;

P_m – разход на жив труд (измерва се в човекочасове);

K_n – количество на произведената продукция.

По аналогичен начин може да се изчисли капиталоемкостта:

$$K_{en} = \frac{K_r}{K_{пнг}}$$

където:

K_{en} – капиталоемкост на продукцията;

K_z – годишна стойност на капитала;

$K_{пнг}$ – годишен обем на произведената продукция.

Обратното отношение, при което годишният обем на продукцията отива в числителя, а годишната стойност на капитала – в знаменателя, определя капиталоотдаването.

Материалоемкостта на продукцията се определя от количеството на изразходваните материали (материални разходи) за производството на един продукт. За изчисляване на този показател се ползва следната формула [3]:

$$M_n = \frac{M_p}{K_{пп}}$$

където:

M_n – материалоемкост на продукцията;

M_p – разходи за материали;

$K_{пп}$ – единица продукция.

В случай, че се обърнат местата на аргументите в дробта, може да се изчисли материалоотдаването.

Освен горепосочените аналитични показатели за определяне на ефективността на производството на една организация се ползват синтетични показатели, като печалбата, която е основна цел на всяка фирма. За печалбата са писали много видни икономисти, като Адам Смит, Жан-Батист Сей, Карл Маркс и др. Популярно наложи-

лото се схващане определя печалбата като разликата между приходите и разходите на собственика на капитала, който е вложен в производството. Приходите на организацията се определят от количеството на реализираната продукция и цената ѝ, а разходите – от цената на всички вложени ресурси и обема на произведената продукция. Печалбата, приходите и разходите зависят от количеството произведена продукция. Печалбата е най-голяма, когато разходите са минимални, а приходите – максимални.

Ефективността на производството може да се изчисли като рентабилност на 100 единици капитал [3]:

$$E_{n(p)} = \frac{\Pi}{K} \cdot 100$$

където:

$E_{n(p)}$ – ефективност на производството на базата на рентабилността;

Π – печалба;

K – капитал (100 единици).

Друг измерител на ефективността е производителността на труда, която е два вида – индивидуална и обществена.

Индивидуалната производителност на труда се измерва чрез живия труд, а обществената – чрез обществения и живия труд.

Количеството продукция, която е произведена с единица жив труд за определено време, определя индивидуалната производителност на труда [3]:

$$ИП_{т} = \frac{K_{пп}}{P_{т}}$$

където:

$ИП_{т}$ – индивидуална производителност;

$K_{пп}$ – количество произведена продукция;

$P_{т}$ – разход на труд.

Обществената производителност на труда се определя като отношение на националния доход към общия брой на заетите лица. По този показател България заема незавидно последно място в Европейския съюз. За подобряване на производителността имат отношение следните фактори: квалификацията и мотивацията на трудовите ресурси, технологията на производствените процеси, мениджмънтът на фирмите, организацията на производството и др.

За да бъде пълен финансовият анализ на една фирма, е необходимо да се ползва и показателят „търговска активност“. Той характеризира пазарното поведение на организацията. За нейното анализиране се използва характеристиката, свързана с реализацията на стоките на пазара [1].

Съществуването и просперитетът на всяка фирма зависят от нейната конкурентоспособност. На пазара винаги има борба между всички фирми в дадена област за заемане на позиции и тези, които имат пазарно поведение и правилни конкурентни стратегии, оцеляват. Конкурентоспособна е тази фирма, която има добър общ потенциал, квалифицирани трудови ресурси, съвременен технологичен оборудване и производствен процес, добро финансово състояние и ползва иновации.

Конкуренцията има три основни аспекта:

- участниците на пазара се информират за цените на продукцията на различните фирми, което стимулира пазарния механизъм, основан на търсене и предлагане;
- подобрява качеството на продукцията чрез усъвършенстване на технологиите и организацията на производствения процес;
- причина е за голямо разнообразие на стоки и услуги на пазара.

Таблица 1. Конкурентни стратегии

Конкурентна стратегия	Производство	Потенциал	Пазар
„Лъвовете“	Масово, едросерийно. Големи фирми.	Висок финансов, технологичен и иновационен потенциал.	Значителен дял от пазара, устойчиви на международните пазари.
„Ястреби“	Внедряват нови изделия, стремеж към висока цена и качество.	Мощен развоен потенциал. Рискови фирми, измествани от „лъвовете“.	Излизат бързо на пазара, с кратък жизнен цикъл на стоките и се местят от пазар на пазар.
„Чакали“	Нестандартни продукти в малки фирми.	Нисък финансов, технологичен и иновационен потенциал.	Настаняват се в пролука на пазарните ниши временно.

Източник: Адаптирано по Т. Трендафилов [4].

Всяка фирма, поставила си за цел да оцелее и просперира, трябва да избере конкурентна стратегия, която да я направи конкурентоспособна. Тъй като конкурентната борба често се асоциира с битка, различните стратегии носят имена от животинския свят (Таблица 1):

Основните видове конкуренция са съвършена и несъвършена.

Характерни за пазарната структура при съвършената конкуренция са големият брой различни по големина фирми, чиято продукция е еднородна, и достъпът до пазара е свободен. Цените на стоките се определят свободно. XVIII – XIX в. е периодът, когато преобладава съвършената конкуренция на пазара. В съвременните условия този вид конкуренция съществува предимно в икономическата литература.

В пазарна структура, при която участниците са малко, продуктите са диференцирани, количествата стоки задоволяват търсенето и информацията е достъпна само за малък брой фирми, съществува несъвършена конкуренция. Конкуренцията се осъществява не чрез цената, а чрез качеството на специфични стоки и услуги. Разновидности на несъвършената конкуренция са монополите и олигополите, които в края на XIX в. доминират на пазара, което става причина за създаване на антимонополно (антитръстово) законодателство, което правно нормира воденето на конкурентната борба и цели защита на обществените интереси. За първи път през 1890 г. този тип законодателство се появява в САЩ, а в Европа – след Втората световна война. В България през 1993 г. е приет Закон за защита на конкуренцията [2].

Ефективността и конкурентоспособността са пряко свързани с основната дейност на всяка организация. Правилната им оценка е първостепенен фактор за формирането на устойчив и успешен бизнес модел на конкурентния пазар.

Литература

1. **Костов, Д.** Икономика, организация и управление на социалната сфера. Стара Загора: Алфамаркет, 2008, 264 с. ISBN-978-954-9443-03-5.

2. **Менков, Н., Е. Андреева, Д. Костов, Ч. Дамянов, А. Георгиев, З. Велчев.** Ръководство за стартиране на собствен бизнес в хранително-вкусовата промишленост. София: М. О., 2002.

3. **Пирян, А.** Обща икономическа теория. София: Сиела, 2001.

4. **Трендафилов, Т.** Икономика на бизнесмена. Част 1 – 2. София: Галик, 1997.