

ПРОУЧВАНЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ОТ СФЕРАТА НА УСЛУГИТЕ

Младен Велев, Росица Накова
Технически университет - София

В разработката се представят резултатите от проучване на равнището на конкурентоспособност на малките и средните предприятия от сферата на услугите в България. Констатира се, че тя е сравнително ниска. Резултатите сочат, че през анализирания период вътрешните фактори, свързани с качество на фирмените условия, операции и стратегии, са имали сравнително по-голямо значение за конкурентоспособността. При това, тяхното въздействие върху МСП е по-голямо отколкото върху големите предприятия.

Ключови думи: конкурентоспособност, малки и средни предприятия, услуги, оценка.
Key words: competitiveness, small and medium sized enterprises, services, evaluation.

Въведение

Конкурентоспособността на предприятието е способността му чрез непрекъснато обновяване и усъвършенстване да създава и устойчиво да поддържа конкурентни предимства, водещи до високи стопански резултати в дългосрочен план. Тя е краен резултат на едновременните въздействия на цяло множество от вътрешни и външни фактори. Външните фактори са формирали своята интензивност и са въздействали без намесата и независимо от интереса на предприятието. С тях то просто се е съобразявало. Но вътрешните фактори са били подвластни на действията на предприятието. То съзнателно е формирало тяхното състояние и сегашната им сила на действие е пряк резултат от предходните му усилия за подобряване на дейността си. Следователно предприятието не е пасивен наблюдател, а в значителна степен формира нивото на конкурентоспособността си.

Правилното управление на фирмената конкурентоспособност изисква периодичното ѝ оценяване. Оценката позволява да се определи конкурентното състояние на предприятието в отрасъла, да се направят сравнения с минали периоди и с други предприятия – местни и чуждестранни. На нейна основа се анализират силните и слабите страни на предприятието, въздействието върху които ще доведе до подобряването на конкурентната му позиция. Тя подпомага и анализа на различни алтернативни варианти за управленски решения и по този начин е условие за разработване и избор на стратегии за развитие.

В настоящата разработка се представят резултатите от проучване, на равнището на конкурентоспособност на малките и средните предприятия от сферата на услугите в България. То бе част от по-мощно проучване на конкурентоспособността на предприятията и бе извършено с помощта на специално подготвена анкетна карта, в която мениджърите на изследваните предприятия трябваше

да посочат равнището на тяхното предприятие по всеки от показателите.

Методика на проучването

Основните етапи на проучването бяха:

1. Разработване на методика за оценка на конкурентоспособността на предприятията

Бе разработена специална методика, оценяваща фирмена конкурентоспособност по следните основни индикатори (критерии): конкурентоспособност на предлаганите услуги; производителност на труда; финансови резултати; растеж; иновативност; производствена и маркетингова гъвкавост; адаптивност към пазара.

Постигнатите от предприятията равнища по тези индикатори се оценяваше с използването на система от показатели. С оглед осигуряване на възможност за сравнимост с равнищата по отделните индикатори за конкурентоспособност всички данни бяха превърнати в бални оценки. Балните оценки за всички предприятия са в интервала от 1 до 7. Най-ниската бална оценка 1 показва много лошо равнище, а най-високата 7 – отлично състояние.

Бяха определени и тегловни коефициенти на всички индикатори, както и тегловни коефициенти на отделните показатели за оценка на индикаторите. Тегловните коефициенти на индикаторите показват различното относително значение на всеки от тях за величината на конкурентоспособността на предприятието. Тегловните коефициенти на показателите показват относителното им значение за равнището на оценяваните с тях индикатори. Определянето на коефициентите на значимост бе извършено по експертен път от членовете на изследователския екип. При тяхното количествено измерване се спазваше правилото сумарната величина на коефициентите на значимост на всички показатели да е 1.

2. Избор на подотрасли от сферата на услугите, които да бъдат проучвани.

Конкретизирането на обекта на проучване се

налагаше предвид на това, че сферата на услугите обхваща прекалено голям брой подотрасли и предприятия, проучването на които не е по силите на колектив с малък състав.

На този етап научно-изследователският колектив реши проучването да бъде насочено към следните подотрасли: "Туристически услуги", "Транспортни услуги", "Печатарски услуги". Изборът на подотрасли за изследване бе направен предвид тяхната значимост за страната ни, като се прие, че получените от проучването им резултати ще бъдат във висока степен представителни и за сферата на услугите, като цяло

В процесът на проучване бяха събрани данни и за предприятия от други подотрасли в сферата на услугите, с което бе увеличен размера на изследваната извадка, а резултатите повишиха своята представителност.

3. Определяне на периода, за който да се събират данни и да се оценяват резултатите.

На този етап научно-изследователският колектив реши проучването да обхване годините 2001, 2002 и 2003. Резултатите за 2003 г. да бъдат прогнозни.

Определянето на този период за проучване бе продиктувано от няколко съображения. Първото от тях бе разбирането на колектива, че този период е достатъчен да покаже тенденциите в динамиката на изследваните показатели. На второ място колективът се съобрази с голямата заетост на анкетирани мениджъри и собственици на предприятия и реши да не ги затруднява прекалено много.

4. Определяне на предприятията, които да бъдат проучени.

С цел извършване на сравнения, проучването трябваше да обхване, както малки и средни предприятия от сферата на услугите, така и големи такива. Изборът на конкретни предприятия, които да бъдат проучени бе направен по подотрасли и с оглед на тяхната географска локализация. При избора бе изходено и от желанието на колектива да бъдат обхванати равномерно различни райони, така че получените резултати да са представителни за страната, като цяло.

5. Провеждане на анкетирването.

Анкетирани бяха мениджърите и собствениците на предприятия, като анкетирването бе проведено на работните им места от членове на научно-изследователския колектив.

За да се преодолее опасението на анкетираниите, че информацията може да се използва по неблагоприятен за предприятията им начин, колективът пое ангажимента за анонимност и конфиденциалност, като реши предприятията да участват в проучването не с истинските си наименования, а с пореден номер.

Някои мениджъри и собственици на предприятия отказаха да предоставят информация. Така колективът успя да проучи общо 48 предприятия от сферата на услугите, 30 от които са малки и средни.

6. Обработване на набраната първична информация.

Събраната информация беше обработена, обобщена и анализирана статистически с програмнен пакет STATGRAPHICS Plus 4.0

Основни резултати от проучването

Според докладът на Световния икономически форум за глобалната конкурентоспособност за 2003 г., конкурентоспособността на българските фирми не се е променила спрямо 2002 г., но България е изпреварена от някои страни и отбелязва спад в своята класация. Фирмената конкурентоспособност на страната ни е класирана на 74 място от общо 95 държави. Това класиране е най-лошото за държавите, влизащи или водещи преговори за влизане в Европейския съюз.

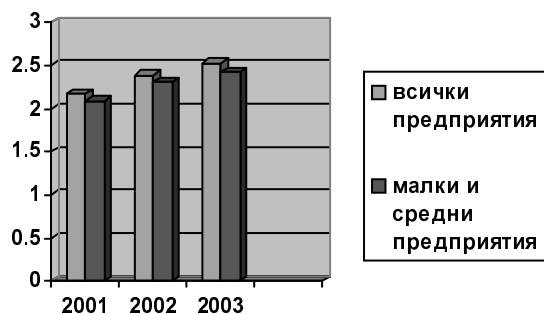
Резултатите от проведеното проучване показват, че и в сферата на услугите, като цяло, показателите за конкурентоспособност на предприятията са сравнително ниски. Не се наблюдават предприятия с високи показатели за конкурентоспособност. В същото време най-ниските показатели са твърде близо до минималната оценка 1. При това разликата между показателите на първото и последното предприятие в ранглистата не е голяма.

Като цяло големите предприятия от сферата на услугите превъзхождат малките и средните предприятия по конкурентоспособност (вж.фиг.1). Но разликата не е голяма. Дори за разглеждания период, водачи в годишните ранглисти са МСП. Средните стойности на показателите за конкурентоспособност на МСП от подотрасли "Туристически услуги" и "Транспортни услуги" за годините на разглеждания период са над средните за подотрасъла.

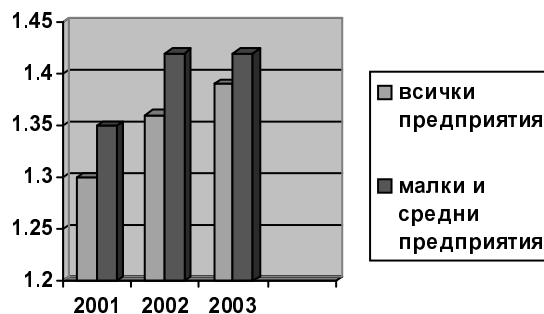
Както се вижда от фигурата през разглеждания период се забелязва макар и слаба тенденция за нарастване на средните нива на показателите за конкурентоспособност на предприятията от сферата на услугите.

Обезпокоителен е фактът, че средните стойности на индикатора "Конкурентоспособност на предлаганите услуги" са твърде ниски за предприятията от сферата на услугите, макар че показва слаба тенденция за нарастване през годините. Те обаче са по-високи за МСП (Фиг.2).

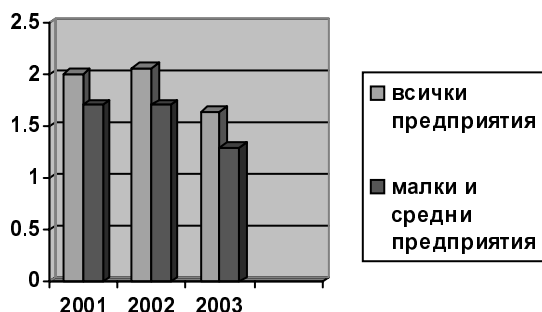
Констатирано бе, че производителност на труда на МСП е по-ниска от тази на големите предприятия и тя намалява през годините (Фиг.3.). Това в голяма степен се дължи на ниската степен на съоръженост с високопроизводително оборудване.



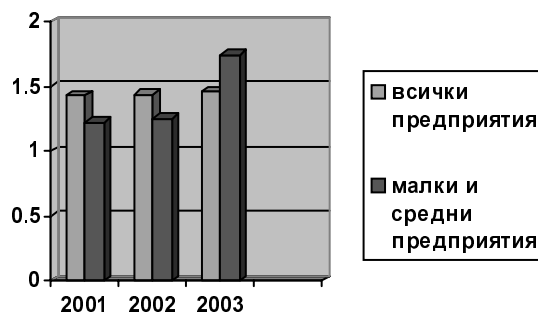
Фиг. 1. Конкурентоспособност на предприятията от сферата на услугите (бална оценка)



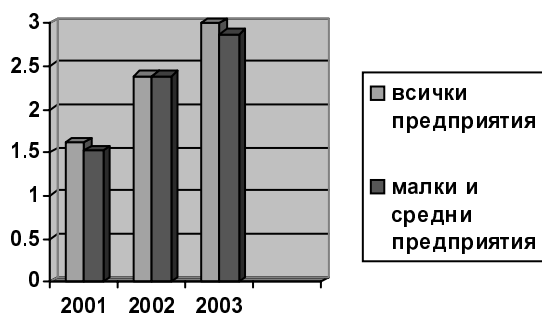
Фиг. 2. Конкурентоспособност на предлаганите услуги (бална оценка)



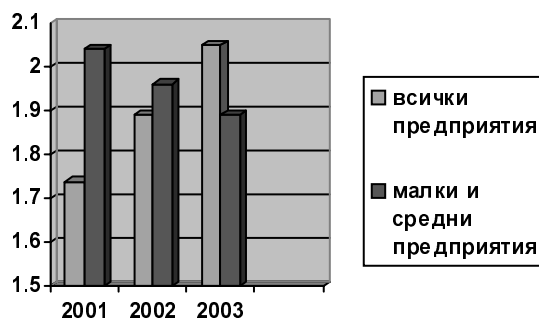
Фиг. 3. Производителност на труда на предприятията от сферата на услугите (бална оценка)



Фиг. 4. Финансови резултати на предприятията от сферата на услугите (бална оценка)



Фиг. 5. Растеж на предприятията от сферата на услугите (бална оценка)



Фиг. 6. Иновативност на предприятията от сферата на услугите (бална оценка)

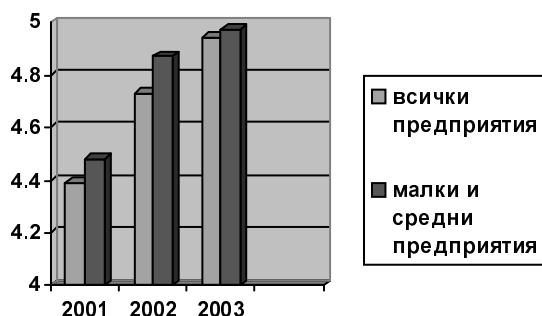
По своите финансови резултати през 2003 г. МСП изпреварват големите предприятия (Фиг. 4). Една от причините за това са сравнително по-ниските разходи за дейността им.

Положителна тенденция за нарастване на предприятията се забелязва за целия отрасъл услуги (Фиг. 5).

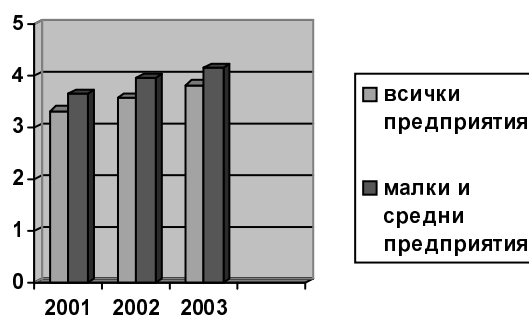
Основен проблем в дейността на МСП от сферата на услугите е липсата на потенциал за иновации – ресурсен и кадрови, което е видно от Фиг. 6 за нивата на индикатора “Иновативност”. Обикновено МСП възникват на основата на знания и умения за предлагане на търсена услуга, но след това

не съумяват да я развият и да въвеждат нови, по-съвременни услуги. При това, констатира се обезпокоително бързо снижаване на нивата на иновативността им. Това се отразява и на тяхната конкурентоспособност.

Значително по-добро е средното състояние за МСП на индикатора “Производствена и маркетингова гъвкавост” (Фиг. 7). Той е с тенденция за нарастване. Макар и със сравнително ниска степен на иновативност, МСП от сферата на услугите са сравнително по-гъвкави от големите предприятия в отрасъла – главно обемно и търговски. Този индикатор е в основата на нарастването на конку-



Фиг.7. Гъвкавост на предприятията от сферата на услугите (бална оценка)



Фиг.8. Адаптивност на предприятията от сферата на услугите (бална оценка)

рентоспособността на тези предприятия във всички изследвани подотрасли и за сферата на услугите, като цяло.

Последният от системата индикатори, характеризиращи фирмената конкурентоспособност е **адаптивността на предприятието към пазара**. Той показва възможностите на предприятието своевременно (или изпреварващо) да долава и бързо да реагира на промените в потребностите и изискванията на пазара, промяната в модата, поява на неочаквани пазарни тенденции и т.н. Проучването показва, че по този индикатор МСП изпреварват големите конкуренти, а освен това, че състоянието им по него се подобрява през годините (Фиг.8).

Заклучение:

Резултатите от извършеното проучване показват, че конкурентоспособността на МСП от сферата на услугите е сравнително ниска. Те сочат, че вътрешните фактори, свързани с качество на фирмените условия, операции и стратегии, са имали сравнително по-голямо значение за конкурентоспособността им през анализирания период. При това, тяхното въздействие върху тях е по-голямо отколкото върху големите предприятия. Основен проблем на МСП са недостатъчните темпове на

въвеждане от тях на новости – продуктови, технически и организационно-управленски, което възпрепятства непрекъснатото усъвършенстване на дейността им и постигането на необходимите конкурентни предимства.

Литература

1. Grifell-Tatju E. and Marquos-Gou, P, 2002, "Strategic Performance at the Firm Level: Measuring the Nature of Sustained Superior Performance", 2nd International IFIP Workshop on Performance Measurement, 06-07.06.2002, IFA Universitat Hannover, Institute fur Fabrikplanung und Logistik;
2. Grupp, H, 1997, "The Links between Competitiveness, Firm's Innovative Activities and Public R&D Support in Germany: an Empirical Analysis", Technology Analysis and Strategic Management, 9 (1), pp.19-33;
3. Рибов М., Управление на конкурентоспособността в туризма, "Тракия – М", С., 2003;
4. Porter M., 1985, Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, The Free Press: New York, NY;
5. Porter, M., 1990, The Competitive Advantage of Nations, The Free Press, New York;
6. Porter, M., 1998, On Competition, Harvard Business Press;

RESEARCH OF THE COMPETITIVENESS OF THE SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES IN THE SERVICES

Mladen Veleв, Rositsa Nikolova
Technical University – Sofia, Bulgaria

ABSTRACT

The paper presents the results of a research of the competitiveness of the Bulgarian small and medium sized enterprises (SMEs) in the services. It has been discovered that it is comparatively low. The results show that during the analyzed period the internal factors related to the quality of conditions, operations and strategies of the companies had a relatively bigger importance for the competitiveness. Furthermore, their influence in the SMEs is bigger compared to the influence they have in the bigger enterprises.