

□ 朱荣明

商品市场竞争力统计研究

市场经济是一种竞争经济。研究市场竞争,特别是商品的市场竞争,搞好商品市场竞争力统计,对商品市场健康稳定的发展,对市场主体的经济行为,市场客体的商品质量,市场的流通秩序,市场管理的调控,市场商品的正常运行,有着非常重要的作用。

一、商品市场竞争力统计的意义

商品市场竞争力统计是在分析研究影响竞争力各因素的基础上,根据商品在市场中的不同数量表现,利用一系列统计指标反映商品市场竞争力的变动及其发展规律,据此来衡量判断商品的市场应变能力、适应能力及发展力情况,其目的是能更好地使商品适应市场、满足需求,增强商品的市场竞争力。

竞争给经济带来了活力和效率,也给消费者带来了方便与实惠。市场主体的多元化和市场主体对自身利益的追求,势必对进入竞争的市场客体——商品有着更完美的期盼。商品,不管是作为生产资料的投资品还是消费品、服务品(劳务商品),一旦进入市场,就受到了市场机制的监管调控,或者说其命运完全由市场所主宰。是进是退,是生是死,是被淘汰还是成长壮大,一方面取决于市场对商品的需求状况,另一方面还取决于商品自身的生命力,这种生命力在竞争市场中则表现为商品的市场竞争力。商品市场竞争力不仅体现在商品的开发研制、试销、成长、成熟以及衰退的整个生命周期内,而且还融于商品在生产、流通、消费的市场运行中。商品在研制开发阶段的市场定位、资源利用、开发成本,在流通领域内的市场定价、营销策略、销售情况、创利水平以及消费过程中的售后服务,消费者的满意程度等都体现了商品的这种适应能力和发展力。因此,商品市场竞争力的统计研究是市场主体参与竞争不可缺少的重要一步。

二、商品市场竞争力统计的内容

商品市场竞争力受商品运行过程中商品本身和外界众多因素的影响和制约,分析这些影响因素,并对各影响因素进行数量测定和统计,有利于正确评价和判断商品的市场生存能力。其统计的主要内容包括:

1. 商品的质量统计。

质量是商品生存和发展的生命,高质量的商品给消费者带来更大的利益满足,从而可以赢得更多的消费者和更大的市场。统计商品质量,对照不同商品的质量标准,分析影响商品质量的各因素,有助于提高商品合格率,改进商品质量。

2. 商品的价格统计。

价格是调节商品市场供需的重要经济杠杆。现代商品市场的竞争,很大程度上表现为商品的价格竞争。在同样的条件下,商品的价格越便宜,就越能在市场竞争中处于主动地位,市场占有率也就越大。进行商品价格统计,了解商品价格水平、结构和变动情况,可以为制订商品市场价格、组织商品市场流通提供信息依据。

3. 商品生产规模统计。

商品生产规模在某种程度上可以说是商品市场竞争力强弱的重要表现。扩大生产规模,意味着可降低生产成本,降低商品价格,提高经济效益,因而,市场竞争的发展势必使一大批商品经营者通过企业的收购兼并来扩大生产规模,以此来增强自身的市场竞争力。生产规模统计是通过计算一系列总量指标诸如商品生产能力、投入资金、所创产值、商品市场份额等来反映商品生产的规模水平。

4. 商品营销者的素质统计。

现代市场的竞争是人才的竞争,谁拥有一流的人才,谁就能够在市场竞争中获胜。因此,对营销者的文化水平、结构以及变动情况的统计研究也是商品市场竞争力统计的一个重要组成部分。

5. 商品售后服务统计。

售后服务是扩大商品市场份额、提高商品知名度、延长商品寿命周期的一种有效手段。及时掌握消费者的反馈信息,并对资料作统计分析,对提高商品市场竞争力有着重要的作用。

6. 商品的安全性和社会效益统计。

安全可靠的商品可以博得广大消费者的信赖,而广泛的社会效益又容易得到社会和公众的支持,安全性和社会效益无疑是影响商品市场竞争力的重要因素。因此,建立统计指标,定期观察监测商品安全性和社会效益是极为重要和必要的。

三、商品市场竞争力统计的指标设置

根据商品市场竞争力统计的主要内容,结合市场经济的发展情况和商品市场的可量性、可比性和可操作性原则,可设计如下几个方面的统计指标:

1. 反映市场商品适销状况和质量水平的指标。

商品的质量和适销状况是商品市场竞争力大小的最重要的前提条件,统计计算商品适销和质量指标,有利于提高商品质量,组织好市场适销对路的商品。

商品适销状况的指标:

$$\text{市场销售率} = \frac{\text{报告期销售额}}{\text{报告期总产值}} \times 100\%$$

$$\text{市场占有率} = \frac{\text{某种商品市场销售额}}{\text{同类商品市场销售总额}} \times 100\%$$

$$\text{市场渗透率} = \frac{\text{销售某种商品的市场数}}{\text{市场总数}} \times 100\%$$

$$\text{商品市场适用性率} = \frac{\text{本期被用户认可的商品数}}{\text{本期销售商品的总数}} \times 100\%$$

商品质量水平的指标:

$$\text{商品合格率} = \frac{\text{入库合格商品数}}{\text{生产成型商品总数}} \times 100\%$$

$$\text{商品优质品率} = \frac{\text{报告期优质品产值}}{\text{报告期总产值}} \times 100\%$$

2. 反映市场商品流通总量的指标。

总量指标可以用来核算商品产、供、销情况,反映商品市场竞争力的广度和力度,可以设置销售量、库存量、销售收入、商品流通费用、商品销售成本等指标。

3. 反映商品市场资源利用水平的指标。

商品市场资源利用水平指标是衡量商品潜在市场竞争力的重要因素。资源利用不仅包括商品生产过程中的资源耗费,还包括商品市场运行过程中的人、财、物的利用情况等。主要指标有:

商品能耗程度指标:

$$\text{单位商品原材料耗用率} = \frac{\text{本期耗用原材料数量}}{\text{本期商品数量}}$$

$$\text{单位商品综合能耗} = \frac{\text{本期耗用能源总量}}{\text{本期商品量}}$$

单位耗用越少,其市场竞争能力越强,反之越弱。

人力资源利用水平指标:

$$\text{全员劳动生产率} = \frac{\text{报告期商品销售收入}}{\text{平均职工人数}}$$

设备利用水平指标:

$$\text{人均装备率} = \frac{\text{固定资产原值}}{\text{平均职工人数}}$$

商品资源浪费水平指标:

$$\text{商品破损浪费率} = \frac{\text{破损浪费商品金额}}{\text{入库销售的全部商品额}}$$

4. 反映商品经济效益的统计指标。

商品经济效益的好坏直接影响到商品的生存能力,因此,统计商品经济效益是研究商品市场竞争力不可或缺的重要方面。一般需从商品经营过程中资金运营效果和商品市场盈利情况两方面来反映。

资金运营效果指标:

$$\text{资金利税率} = \frac{\text{本期利税总额}}{\text{全部资金平均占用额}} \times 100\%$$

$$\text{资本利润率} = \frac{\text{本期利润额}}{\text{本期投入资本}} \times 100\%$$

$$\text{资金增加值率} = \frac{\text{本期增加值}}{\text{全部资金平均占用额}} \times 100\%$$

反映商品盈利能力指标:

$$\text{销售利税率} = \frac{\text{报告期利税额}}{\text{商品销售收入}} \times 100\%$$

5. 反映商品市场应变能力的指标。

商品市场应变能力是指商品进入市场以后,面对市场商品供需结构、市场环境、政策等因素的变化而表现的一种适应能力,因此商品市场价格的高低、商品促销过程中的广告投入、营销手段等都对商品市场竞争力有着非常重要的影响作用。反映商品市场应变能力可设如下指标:

$$\text{商品价格比较指标} = \frac{\text{某种商品的市场价格}}{\text{同类商品的市场价格}}$$

$$\text{广告投入所占比率} = \frac{\text{商品广告投入额}}{\text{商品市场销售额}}$$

一般地,商品价格比较指标越少,广告投入所占比重越大,商品市场应变能力越强,反之越弱。

6. 反映商品营销者的素质和售后服务的统计指标。

常用指标有营销人员文化程度的结构、比例指标,消费者的满意率,商品修复的及时率等。此外还有:

$$\text{消费者的投诉率} = \frac{\text{投诉次数}}{\text{商品交易次数}} \times 100\%$$

$$\text{索赔率} = \frac{\text{索赔次数}}{\text{商品交易次数}} \times 100\% \quad \text{或}$$

$$\text{索赔率} = \frac{\text{索赔数量}}{\text{商品交易总量}} \times 100\%$$

7. 反映商品社会效益的统计指标。

商品的社会效益是衡量商品市场生存能力的重要指标。商品社会效益差,则容易被淘汰,其竞争力也弱;反之,商品社会效益好,商品生存潜力巨大,市场竞争力也强。主要指标有:

$$\text{商品合同履约率} = \frac{\text{某种商品履约合同数额}}{\text{该种商品合同交易总量}}$$

$$\text{资本增值率} = \frac{\text{本期创造的增加值}}{\text{本期投入资本}}$$

$$\text{商品迟交率} = \frac{\text{某种商品迟交数量}}{\text{该种商品合同交易总量}}$$

$$\text{商品经营企业的社会贡献率} = \frac{\text{商品社会贡献总额}}{\text{平均资产总额}}$$

$$\text{劳动者社会贡献率} = \frac{\text{本期增加值} - \text{本期劳动者原始收入}}{\text{本期劳动者原始收入}}$$

8. 商品市场竞争力的综合评价指标。

反映商品市场竞争力的指标很多,各指标相互交叉影响,影响程度大小不一,因此要全面客观地评价商品市场竞争力,有时往往还需计算商品市场综合竞争力的指标,即对体系中的各单项指标,根据国家、行业、地方管理部门的有关规定或采用平均水平、序时平均水平确定一个标准值,然后与实际指标值加以对比,并根据各指标影响力的大小,赋予不同的权数,计算加权平均数,得综合评价指标:

$$\text{商品市场综合竞争力指标} = \frac{\sum (\frac{\text{某项指标实际值}}{\text{该项指标标准值}} \times \text{某项指标权数})}{\text{各项指标权数总和}}$$

参考文献:

1. 董逢谷主编:《现代企业统计》,东方出版社,1998年版。
2. 卞祖武主编:《市场经济统计学》,上海财经大学出版社,1997年版。

(作者单位:上海财经大学统计系;邮编:200433)