

АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Мироненко Елена Витальевна, студентка
Крымский Федеральный Университет им. В. И. Вернадского,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

Аннотация: В статье рассматриваются особенности подходов к оценке конкурентоспособности предприятия. Представлена классификация методов оценки конкурентоспособности предприятия. Проанализированы основные достоинства и недостатки методов оценки конкурентоспособности предприятия, а также представлены факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособность предприятий различных отраслей. Выявлено, что эффективное управление конкурентоспособностью предприятия, выступает базисом для эффективной деятельности организации в современных реалиях.

Ключевые слова: конкурентоспособность, методы, способы, фактор, оценка, управление, влияние, предприятие, развитие.

Введение

Рост конкуренции на внутренних и внешних рынках, ускорение научно-технического развития во всех сферах общественной жизни обуславливают необходимость для субъектов хозяйствования быстрой адаптации к изменяющимся условиям, эффективных решений в сфере управления производством. Конкурентоспособность предприятия выступает одним из основных факторов обеспечения его выживания в условиях нестабильности и дальнейшего эффективного развития. Актуальность обуславливают вопросы оценки конкурентоспособности предприятия, уменьшение неоднозначности и несбалансированности критериев этой проблемы, возможность повысить выбор наиболее оптимального метода оценки и достижения конкурентоспособности. Все указанное повышает актуальность исследования

подходов к оценке конкурентоспособности предприятий для экономической науки и практики.

Исследованию методических аспектов оценки конкурентоспособности предприятий посвящены труды Т.Г. Виноградовой, Я.И. Семилетовой, Д.Н. Малого, Ю.В. Шульга, Э.Э. Шамилевой, С.В. Даниловой и др.

Целью исследования является систематизация и освещение основных подходов к оценке конкурентоспособности предприятий, а также определение преимуществ и недостатков каждого из них.

Результаты исследования

Оценка конкурентоспособности предприятия является сложной и многофакторной задачей, которое сводится к интерпретации и оценки системы показателей, характеризующих различные стороны деятельности предприятия, формирующие его конкурентоспособность [1].

Оценка уровня конкурентоспособности предприятия позволяет [10]:

- сформировать управленческие задачи (определение подходов к производству, технологии, сбыта, найма трудовых ресурсов, финансирования материального, информационного и организационного обеспечения);

- принять управленческое решение (уменьшить расходы, сосредоточить внимание на конкретном сегменте рынка, заключить соответствующие контракты);

- разработать мероприятия, направленные на развитие и поддержание конкурентных преимуществ (осуществить инновации, поддержать долгосрочные преимущества, предотвратить действия участников, разработать меры освоения новых рынков и привлечения средств инвестора) [3];

- адаптировать предприятие к рыночным условиям хозяйствования, способных обеспечить победу в конкурентной борьбе за потребителя и рынки сбыта и т.д. [11].

Оценка развития предприятия с точки зрения оценки конкурентоспособности предприятия осуществляется в соответствии с

наиболее общих подходов – структурного и функционального. В основе структурного подхода к оценке конкурентоспособности предприятия лежит анализ его позиции на рынке с учетом уровня монополизации отрасли, то есть концентрации производства и капитала, наличия входных барьеров для новых предприятий, поступающих в отраслевого рынка, степени дифференциации продукции, возможности технологических нововведений и экономии на масштабах производства.

Функциональный подход заключается в определении конкурентоспособности предприятия по показателям эффективности производства, финансового состояния, сбыта и конкурентоспособности товара. Преимуществом функционального подхода является использование тех групп показателей, которые дают возможность более объективно оценить важнейшие сферы деятельности предприятия, в частности финансово-хозяйственной деятельности предприятия (производительность труда и фондоотдача, показатели ликвидности и платежеспособности предприятия, рентабельности продаж и т.д.), и определить его место на отраслевом рынке. Однако этот подход не позволяет учесть такие характеристики конкурентоспособности предприятия, как имидж и потенциал предприятия.

Стоит отметить, что сегодня для оценки конкурентоспособности предприятия используется целый ряд методов, что объясняется неоднозначностью имеющихся методических подходов в исследовании конкурентоспособности предприятия.

Обобщая имеющиеся научные исследования по этому вопросу, всю совокупность методов оценки конкурентоспособности предприятия можно классифицировать по следующим признакам: по объекту оценки (продукции, персонала, потенциала); по способу осуществления оценки (индикаторные, матричные, графические, математические) по направлению формирования информационной базы (критериальные, экспертные) по видам используемых показателей (дифференцированные, комплексные); по периоду расчета (фактические, прогностические); по возможности разработки управленческих

решений (текущие, стратегические) [9].

Основные методы оценки конкурентоспособности предприятия приведены в таблице 1.

Таблица 1

Система методов оценки конкурентоспособности предприятия

Название группы	Название метода
<i>Матричные</i> Заключаются в определении количественного значения интегрального рейтингового показателя развития отдельного предприятия или в графическом определении его позиции по определенным параметрам, а также позволяют осуществить анализ отдельных аспектов деятельности предприятия, среды функционирования, рыночной позиции; определить основные направления дальнейшего развития.	1. Матрица «Бостонской консалтинговой группы» (БКГ). 2. Матрица И. Ансоффа. 3. Матрица МакКинси. 4. Матрица конкурентных стратегий М. Портера. 5. Матрица Томпсона - Стрикленда. 6. SWOT-анализ. 7. SPACE-анализ. 8. STEP-анализ.
<i>Графические</i> Обеспечивают наглядность восприятия конечных результатов оценки, интерпретированных в графических объектах (рисунках, графиках, диаграммах и т.п.), по наведению соответствующих расчетов и логических выводов.	1. Графики сравнений. 2. Аналитические графики. 3. иллюстративные графики. 4. Диаграммы. 5. Картограммы. 6. Картодиаграммы. 7. Модели развития, основанные на теории жизненного цикла.
<i>Индексные</i> Базируются на комплексной характеристике относительного изменения элементов развития предприятия во времени, пространстве или по сравнению с эталоном, которые вследствие наличия функциональной зависимости между ними представлены системой взаимосвязанных показателей по принципу представления интегрального результата через его составляющие.	1. Метод, основанный на определении конкурентоспособности продукции. 2. Метод, основанный на теории эффективной конкуренции. 3. Метод, основанный на определении силы реактивной позиции. 4. Метод, основанный на теории равновесия фирмы и отрасли. 5. Метод интегральной оценки. 6. Метод бенчмаркинга.
<i>Аналитические</i> Базируются на осуществлении расчетно-аналитических операций с входными данными. При этом в зависимости от конкретной методики анализа применения этих методов может предусматривать	1. Метод разниц. 2. Метод рангов. 3. Метод баллов. 4. Методы экспертной оценки. 5. Системы дифференциальных

как простые арифметические операции, так и достаточно сложные расчеты.	и уравнений.
--	--------------

Источник: составлено автором на основе [1; 4]

Кроме того, методы, применяемые для определения и оценки уровня конкурентоспособности предприятия, могут быть объединены в следующие группы:

1. Методы, основанные на основе анализа сравнительных преимуществ, основанных на положениях теории международного разделения труда, согласно которым предпосылкой достижения предприятием устойчивых конкурентных позиций является относительно низкие издержки производства, чем у конкурента. Для оценки конкурентоспособности предприятия по этому методу анализируются не только издержки производства, но и объем и норма прибыли, объем продаж и доля рынка, однако конкурентные позиции определяются не столько количеством, сколько качеством производственно-хозяйственной деятельности и уровнем конкурентоспособности продукции.

2. Методы, основанные на основе теории равновесия предприятия и отрасли, в соответствии с которыми критерием конкурентоспособности предприятия является наличие у производителей факторов производства, которые могут быть использованы более эффективно, чем у конкурентов, а под равновесием понимают такое состояние, когда у производителя отсутствуют стимулы для перехода в другое состояние [5]. Для определения конкурентоспособности по теории равновесия используют относительные показатели стоимости основных и оборотных средств, величины заработной платы и процентных ставок и тому подобное.

3. Методы, основанные на основе теории эффективной конкуренции. Основным инструментом оценки конкурентоспособности предприятия является сопоставление показателей состояния предприятия с показателями предприятий конкурентов. Согласно которому наиболее

конкурентоспособными считаются предприятия, на которых лучше организована работа всех подразделений и служб, оценка эффективности которых предусматривает оценку эффективности использования ресурсов и позволяет определить сильные и слабые стороны одного предприятия по сравнению с другим. Также сформулировать пути устранения отставания.

4. Методы, основанные на основе теории качества продукции предприятия, согласно которым конкурентоспособность предприятия тем выше, чем выше конкурентоспособность его продукции. Продукция сравнивается с параметрами товара-эталона. для определения конкурентоспособности продукции используются различные маркетинговые и квалитетические методы, в основе большинства которых лежит нахождение соотношения «цена-качество» [7]. Расчет показателя конкурентоспособности по каждому виду продукции ведется с использованием экономического и параметрического индексов конкурентоспособности.

5. Методы, основанные на основе теории мультипликатора, характеризуют цепочку последовательных зависимостей эффектов и стимулов, позволяющие оценить конкурентные преимущества предприятия одного кластера перед другим в отношении качества продукции или предоставления услуг.

6. Методы определения конкурентной позиции с точки зрения стратегического потенциала предприятий, с помощью которых анализируется внутренняя среда предприятий с целью выявления преимуществ и потенциала для их разработки.

7. Методы, основанные на основе экспертных оценок, широко используются для анализа возможностей конкурентов, так как, в отличие от анализа собственного предприятия, по многим позициям информационной базы получить нужную информацию законным путем невозможно. Эта группа методов не может обеспечить высокую точность анализа, но с большой вероятностью позволит оценить состояние предприятия единичного производства или небольшого бизнеса [6].

8. Матричные методы оценки конкурентоспособности, основанные на рассмотрении процессов конкуренции в динамике. Теоретической базой этих методов является концепция жизненного цикла товара и технологии. Матричные методы оценки конкурентоспособности различных товаров разработаны маркетинговой организацией «Бостон консалтинг групп» и в дальнейшем применялись не только для анализа характеристик товаров, но и при изучении конкурентоспособности «стратегических единиц бизнеса» - товаров, сбытовой деятельности, отдельных компаний, отраслей и тому подобное.

9. Комплексные методы оценки конкурентоспособности предприятия, направленные на разработку сводного показателя уровня конкурентоспособности, реализуются на основе определения имеющихся ресурсов предприятия, оценки эффективности их использования и определения уровня его конкурентоспособности относительно предприятий, функционирующих в одной отрасли [2]. Этот метод предусматривает расчет обобщенного показателя конкурентоспособности предприятия, характеризующий степень удовлетворения потребностей потребителя.

Каждый из указанных методов оценки конкурентоспособности не является исчерпывающим, имеет свои преимущества и недостатки, которые представлены в таблице 2.

Таблица 2

Преимущества и недостатки основных методов оценки конкурентоспособности предприятия

Методы	Преимущества	Недостатки
Методы, основанные на основе анализа сравнительных преимуществ	Простота оценки	Не дают возможность адекватно оценить конкурентные позиции предприятия; статичность полученных оценок; не характеризует возможности адаптации к изменению внешней среды
Методы, основанные на основе теории равновесия предприятия и отрасли	Качественное оценивание на уровне отраслей разных стран	Не учитывают влияние внутренних факторов; ограничены условиями рынка совершенной конкуренции; сложность обобщения результатов

		оценки
Методы, основанные на основе теории эффективной конкуренции	Существенный анализ хозяйственной деятельности; оценка состояния предприятия на отраслевом уровне	Значительные объемы расчетов; сложность обобщения результатов оценки; невозможность оценки динамики факторов, влияющих на уровень конкурентоспособности
Методы, основанные на основе теории качества продукции	Учет конкурентоспособности продукции	Не учитывают уровень производственно-сбытовой деятельности предприятия; целесообразны для производителей одного вида продукции
Методы, основанные на основе теории мультипликатора	Учет качественных показателей деятельности предприятия	Результаты оценки объективны только для непродолжительного промежутка времени
Метод определения позиции в конкуренции с точки зрения стратегического потенциала предприятий	Проанализировать отдельные элементы потенциала	Сложность оценки и анализ только факторов внутренней среды
Методы, основанные на основе экспертных оценок	Адекватность результатов оценки в условиях ограниченности данных	Целесообразны для производителей одного вида продукции
Матричные	Позволяют исследовать развитие конкуренции в динамике; наглядность	Описательные, не учитывают финансовые показатели деятельности предприятия; ограниченное использование для анализа предприятий с низким уровнем конкурентоспособности
Комплексные	Простота, наглядность и однозначность оценки	Не дает возможности для глубокого анализа и выявления резервов повышения уровня конкурентоспособности; не пригоден для оценки предприятий со значительной номенклатурой товаров

Источник: составлен автором на основе [8]

Заключение

Как видим, разнообразие методов ставит перед предприятием выбор оптимального метода оценки конкурентоспособности, который бы не только объективно показал реалистичное положение вещей, но и позволил спланировать дальнейшую деятельность, выбрать наиболее влиятельные

факторы конкурентоспособности, сформировать правильную стратегию конкурентоспособности, лишенную субъективизма. Кроме того, в связи с указанными нами преимуществами и недостатками методов оценки конкурентоспособности предприятия следует подходить к этому вопросу комплексно: применять систему методов для более полной оценки конкурентоспособности предприятия с учетом особенностей его хозяйственной деятельности.

Литература

1. Виноградова Т.Г., Семилетова Я.И. Конкурентоспособность: методы и оценка // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. 2016. №43. С.169-174.
2. Гильмитдинов Ш. Г. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе использования комплексного показателя // ПСЭ. 2012. №1 (41). С.121-123.
3. Гринев А. Инновационное развитие промышленных предприятий: концепция, методология, стратегическое управление: монография. М.: ИНЖЕК, 2008. 308 с.
4. Данилова С.В. Методические оценки конкурентоспособности // Креативная экономика. 2013. Том 7. № 4. С. 54-61.
5. Елсукова Ю.Ю., Хало Л.А. Конкурентоспособность как экономическая категория маркетинга. Методы оценки конкурентоспособности // Философия социальных коммуникаций. 2014. №4(29). С.81-90.
6. Ерошкин С.Ю., Поляков В.В. Анализ подходов к оценке экспертной информации при прогнозировании инновационных решений // Научные труды: Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН. 2005. №3. С.150-169.
7. Лазаренко А.А. Методы оценки конкурентоспособности // Молодой ученый. 2014. №1. С. 374-377.
8. Малый Д.Н., Шульга Ю.В., Шамилева Э.Э. Методы оценки

конкурентоспособности предприятия // Международный научный журнал «Инновационная наука». 2015. №5. С.191-194.

9. Реутов В., Вельгош Н. Управление конкурентоспособностью: монография. Симферополь: Таврия, 2005. 200 с.

10. Стаценко Е.В., Терехова Н.А. Механизм определения уровня конкурентоспособности предприятия // Символ науки. 2016. №4-1. С.223-225.

11. Фатхудинов Р Стратегический менеджмент. М.: Дело, 2015. 448 с.