УДК 33

АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Бакатин Александр Николаевич, аспирант,
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),
г. Ростов-на-Дону, Россия

Аннотация. В настоящей статье рассматриваются особенности современных практических и теоретических подходов к оценке конкурентоспособности отдельных предприятий и организаций в рыночной экономике. В результате изучения и систематизации теоретического базиса в статье представлена исчерпывающая классификация существующих методов оценки конкурентоспособности предприятий, для каждого из методов приводится анализ основных достоинств и выявленных недостатков. На основе предложенной авторской классификации производится список факторов, оказывающих непосредственное влияние на конкурентоспособность предприятий в различных отраслях экономики. Управление факторами, оказывающими прямое влияние на конкурентоспособность предприятий, позволит повысить эффективность систем управления для успешного достижения поставленных стратегических целей. Показано, что эффективное управление конкурентоспособностью предприятия выступает в качестве триггера, необходимого для эффективной экономической деятельности организации в современной конкурентной среде, и позволяет реализовать конкурентные преимущества организаций. Предложенная в настоящем исследовании система классификации позволит руководителям компаний и иным заинтересованным лицам комплексно применять систему методов оценки конкурентоспособности предприятий для

более получения наиболее полной и достоверной характеристики предприятия с учетом индивидуальных особенностей ведения хозяйственной деятельности.

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

ANALYSIS OF METHODS FOR ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Bakatin Alexander Nikolaevich, Postgraduate student,
Rostov State University of Economics (RINH),
Rostov-on-Don, Russia

Abstract. This article discusses the features of modern practical and theoretical approaches to assessing the competitiveness of individual enterprises and organizations in a market economy. As a result of the study and systematization of the theoretical basis, the article presents an exhaustive classification of existing methods for assessing the competitiveness of enterprises, for each of the methods an analysis of the main advantages and identified disadvantages is provided. Based on the proposed author's classification, a list of factors that have a direct impact on the competitiveness of enterprises in various sectors of the economy is made. Management of factors that have a direct impact on the competitiveness of enterprises will improve the efficiency of management systems for the successful achievement of strategic goals. It is shown that effective management of the competitiveness of the enterprise acts as a trigger necessary for the effective economic activity of the organization in the modern competitive environment, and allows you to realize the competitive advantages of organizations. The classification system proposed in this study will allow company managers and other interested parties to comprehensively apply a system of methods for assessing the competitiveness of enterprises in order to obtain the most complete and reliable

characteristics of the enterprise, taking into account the individual characteristics of economic activity.

Keywords: competitiveness, methods, methods, factor, assessment, management, influence, enterprise, development.

JEL classification: D21, D81, L53.

Для цитирования: *Бакатин А.Н. Анализ методов оценки конкурентоспособности предприятия // Прогрессивная наука. 2021. №1. С.18-30.*

Введение

Повышение уровня конкурентоспособности на внутренних и внешних рынках, усиленный рост научно-технического развития во всех сферах общественной жизни влечет за собой необходимость ускорения привыкания предприятий к колеблющимся условиям, а также сподвигло к действиям по принятию эффективных решений в производственной и экономической сферах.

Одним из ключевых факторов для поддержания существования предприятий при условии таких факторов, как нестабильность и дальнейшее эффективное развитие, является конкурентоспособность. Существует несколько методов оценки конкурентоспособности предприятий в сфере экономики. К ним относятся следующие методы: увеличение количества вариантов оптимального метода оценки; сокращение критериев несбалансированности и неоднозначности в оценке конкурентоспособности организаций; повышение способов для устойчивости и достижения конкурентоспособности.

Изучению методов оценки конкурентоспособности предприятий посвящены труды Т.Г. Виноградовой [1], Ш.Г. Гильмитдинова [2], Н.П. Даниловой, Е.Н. Халтуриной [4], А.Е. Сенникова, И.В. Шахова [11] 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 – задача, с помощью которой анализируется деятельность компании и уровень ее конкурентоспособности. Оценка конкурентоспособности субъектов хозяйствования довольно сложная и обширная задача, включающая в себя целую систему показателей, интерпретаций и методов [1].

Оценка степени конкурентоспособности предприятия представляет из себя следующие шаги [11]:

– разработка организационных задач (например, технологии, продажи, набор персонала, финансирование, информационная и организационная поддержка);

– управленческие решения (снижение уровня затрат, ориентация на конкретный сегмент рынка, заключение соответствующих договоров);

– развитие деятельности, направленной на улучшение и поддержание конкурентных преимуществ (например, разработка мер по привлечению денег инвесторов, использование инноваций, поддержка долгосрочных преимуществ) [6];

– подготовка компании к рыночным условиям с целью достижения высоких позиций в конкурентной борьбе на потребительском рынке и рынке сбыта [8].

Оценка предприятия с точки зрения конкурентоспособности формируется при помощи двух видов общего подхода – функционального и структурного. Структурный подход включает в себя анализ принятой позиции предприятия на рынке с учетом степени монополизации сферы, в которую входят следующие факторы: возможность технологических инноваций и эффект масштаба, концентрация производства и капитала, барьеры для входа

новых компаний на промышленный рынок, степень дифференциации продукции.

Следующий вид подхода – функциональный подход, который выполняет функцию определения конкурентоспособности компании с помощью показателей конкурентоспособности товара, эффективности производства, сбыта и финансового состояния. Основным положительным преимуществом функционального метода является эксплуатация групп показателей, которые имеют возможность более расширенно оценить необходимые отрасли деятельности компании, в том числе экономическая и хозяйственная деятельность предприятия (например, показатели ликвидности и платежеспособности компании, рентабельности продаж и производительность труда), в том числе определить позицию и роль предприятия на рынке. Но данный метод имеет и отрицательное качество, что объясняется отсутствием учета уровня конкурентоспособности предприятия в таких показателях, как имидж компании и ее будущий потенциал.

На сегодняшний день для оценки конкурентоспособности предприятия используется большое количество методов. Так, всю совокупность методов оценки конкурентоспособности предприятия можно разделить по следующим признакам: 1) по методике оценки (индикаторная, графическая, матричная); 2) по объекту оценки (продукция, персонал, навыки); 3) по рейтинговой информационной базе (критерий, эксперт); 4) по типу используемых показателей (дифференцированный, комплексный); 5) по расчетному периоду (фактический, прогнозный); 6) по возможности выработка управленческих решений (текущих, стратегических) [3].

Основные методы оценки конкурентоспособности представлены в табл. 1.

Таблица 1

Система методов оценки конкурентоспособности предприятия

Название группы	**Название метода**

Графические Данный метод позволяет более четко анализировать окончательные результаты оценки в виде графических объектов, таких как изображения, диаграммы для правильных расчетов и выводов.	– диаграммы; – графики сравнений; – аналитические графики; – картограммы; – – модели развития, основанные на теории жизненного цикла.
Матричные Позволяет определить количественное значение комплексного рейтингового индекса для развития предприятия или определить его позицию по некоторым индексным графикам. Позволяет проанализировать отдельные области компании, бизнес-среду и положение на рынке, определить основные направления дальнейшего развития.	– матрица «Бостонской консалтинговой группы» (БКГ); – STEP-анализ. – матрица Томпсона – Стрикланда; – – SWOT-анализ; – – матрица И. Ансоффа; – SPACE-анализ;
Индексные Исходя из переменных системных характеристик показателей развития в пространстве и времени, компания представляет собой взаимосвязанный элемент, воплощающий принцип целого через свои компоненты.	– метод, основанный на определении конкурентоспособности продукции; – метод, основанный на теории эффективной конкуренции; – метод, основанный на теории равновесия фирмы и отрасли; – метод бенчмаркинга.
Аналитические Данный метод включает в себя исходные данные и расчетно-аналитические операции. Тем не менее, он может обеспечивать сложные вычисления и простые арифметические операции, в зависимости от уровня конкретных методов анализа.	– метод разниц; – – методы экспертной оценки; – – метод баллов;

Источник: составлено автором на основе [1; 5]

Методы, которые используются для анализа степени конкурентоспособности компании, можно объединить в следующие группы:

1. Методы, основанные на анализе сравнительных преимуществ, являются положением теории международного разделения труда. Согласно этой теории, предпосылкой для получения фирмой стабильной конкурентной позиции является то, что производственные издержки относительно невысоки по сравнению с ее конкурентами. Чтобы таким образом оценить конкурентоспособность компании, необходимо анализировать не только себестоимость продукции, но также количество, норму прибыли, объем продаж, долю рынка и т.д., однако конкурентная позиция не столько определяется количеством, как качеством продукции и экономической активностью, уровнем конкурентоспособности продукции.

2. Методы, разработанные в теории баланса между фирмой и отраслью. Согласно данным методам, стандартом конкурентоспособности фирмы является наличие у самого производителя факторов производства, где факторы производства доступны, и имеется равновесие (производитель не имеет мотивацию перехода в другое состояние) [6]. Для определения конкурентоспособности на основе теории равновесия используются: относительная стоимость основных средств и текущих активов, значения заработной платы и процентные ставки.

3. Методы, основанные на теории эффективной конкуренции. Основным инструментом оценки конкурентоспособности компании является совмещение показателей статуса компании с показателями конкурентов. Наиболее конкурентоспособными являются те компании, которые могут лучше организовать работу своих отделов, выявлять преимущества и недостатки компании, формулировать решения проблем, устранять уровни отставания и предоставлять оценки эффективности использования ресурсов.

4. Методы, основанные на теории качества продукции компании, которые показывают: чем выше конкурентоспособность компании, тем выше будет ее продукция. Для определения конкурентоспособности продукции

используются различные методы маркетинга и качества, большинство из которых основаны на соотношении цены и качества [9]. Индекс конкурентоспособности рассчитывается с использованием экономического и параметрического индекса конкурентоспособности каждого продукта.

5. Методы, основанные на теории мультипликаторов, которые описывают серию влияний и стимулов в порядке зависимости, чтобы оценить конкурентное преимущество компании с точки зрения качества продукции или предоставления услуг.

6. Стратегический потенциал предприятия – относятся к методам определения конкурентной ситуации, используемыми для анализа внутренней среды предприятия с целью выявления его преимуществ и возможностей развития.

7. Методы экспертной оценки широко используются для анализа компетентности конкурентов, поскольку, в отличие от внутреннего анализа, многие элементы информационной базы не могут на законных основаниях получить необходимую информацию. Эта группа методов не может обеспечить высокую точность анализа, но с большой вероятностью позволит оценить состояние предприятия единичного производства или небольшого бизнеса [7].

8. Матричные методы оценки конкурентоспособности на основе динамических конкурентных процессов. Теоретической основой этих методов является концепция жизненного цикла продукта и технологии. Матричные методы оценки конкурентоспособности различных товаров были разработаны маркетинговой организацией Boston Consulting Group и определены как «стратегические бизнес-единицы» – товары, коммерческая деятельность, индивидуальные предприниматели, сферы деятельности и т. д.

9. В качестве оценки конкурентоспособности предприятия используются комплексные методы разработки агрегированного показателя уровня конкурентоспособности, определения имеющихся ресурсов предприятия, оценки эффективности их работы и определения относительного

уровня конкурентоспособности предприятия [2]. Данные методы позволяют рассчитать обобщенный показатель конкурентоспособности компании, который характеризует уровень удовлетворения потребностей потребителей.

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

Таблица 2

Преимущества и недостатки основных методов оценки конкурентоспособности предприятия

Методы	**Преимущества**	**Недостатки**
Методы сравнительного анализа преимуществ	уровень простоты оценки	– нет возможности точно оценить конкурентную позицию компании; – статичность оценок; – не адаптируется к изменениям внешней среды.
Методы, основанные на теории равновесия предприятия и отрасли	оценка качества на уровне отраслей в разных странах	– не учитывается влияние внутренних факторов; – ограничения должны применяться в условиях абсолютно конкурентного рынка; – сложность обобщения результатов оценки.
Методы, основанные на теории эффективной конкуренции	– значимый анализ хозяйственной деятельности; – оценка состояния предприятия на отраслевом уровне.	– большие объемы расчетов; – трудности с обобщением результатов оценки; – отсутствие возможности оценить динамику факторов, влияющих на степень конкурентоспособности.

Методы на основе теории качества продукции	– учет и анализ конкурентоспособности продукции и товаров.	– не учитывают уровень производственной и маркетинговой деятельности компании; – подходит для производителей определенного вида продукции.
Методы, основанные на теории умножения	– учет показателей качества бизнеса.	– результаты оценки достоверны только один раз.
Методика определения позиции в конкурсе со стратегической точки зрения делового потенциала	– позволяет анализировать отдельные предметы.	– сложный уровень оценки; – анализ факторов только внутренней среды.
Методы экспертной оценки	– существенность результатов оценки в условиях ограничения данных.	– полезны лишь для производителей одного вида продукции.
Комплексные	– простота; – чистота; – уникальность оценки	– отсутствует возможность детального анализа и определения методов повышения уровня конкурентоспособности; – не могут использоваться для оценки предприятий со значительными поставками товаров.
Матричные	– позволяют изучить динамику развития конкуренции; – более наглядный анализ конкурентоспособности.	– не учитывают финансовые показатели компании; – ограниченное использование показателей для анализа низкоконкурентных предприятий.

Источник: составлен автором на основе [10]

Заключение

Разнообразие существующих способов оценки конкурентоспособности позволяет предприятиям выбрать самый удобный и подходящий метод

оценки, который одновременно показал бы положение вещей и помог спланировать дальнейшую деятельность, выявить самые влиятельные факторы конкурентоспособности, сформировать верную стратегию конкурентоспособности. Помимо этого, основываясь на отмеченных нами преимуществах и недостатках способов оценки конкурентоспособности предприятий, компаниям следует более комплексно и ответственно относиться к выбору подходящего метода анализа. Важно применение системы методов для более точной оценки конкурентоспособности предприятия, учитывая особенностей экономической деятельности.

Литература

1. Виноградова Т.Г., Семилетова Я.И. Конкурентоспособность: методы и оценка // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. 2016. №43. С.169-175.

2. Гильмитдинов Ш.Г. Оценка конкурентоспособности предприятияна основе использования комплексного показателя // Проблемы современной экономики. 2012. №1 (41). С.121-123.

3. Горбашко Е.А. Управление конкурентоспособностью: учебник для вузов для вузов; под редакцией Е.А. Горбашко, И.А. Максимцева. 2-е изд. М.: Издательство Юрайт, 2021. 407 с.

4. Данилова Н.П., Халтурина Е.Н. Управление конкурентоспособностью предприятия // Скиф. 2018. №4 (20). С.139-143.

5. Данилова С.В. Методические оценки конкурентоспособности // Креативная экономика. 2013. Том 7. № 4. С. 54-61.

6. Елсукова Ю.Ю., Хало Л.А. Конкурентоспособность как экономическая категория маркетинга. Методы оценки конкурентоспособности // Философия социальных коммуникаций. 2014. №4(29). С.81-90.

7. 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.

8. Кыштымова Е.А., Медик Д.О. Стратегический менеджмент: современные концепции // Символ науки. 2017. №2. С.82-84.

9. Лазаренко А.А. Методы оценки конкурентоспособности // Молодой ученый. 2014. №1. С. 374-377.

10. Малый Д.Н., Шульга Ю.В., Шамилева Э.Э. Методы оценки конкурентоспособности предприятия // Международный научный журнал «Инновационная наука». 2015. №5. С.191-194.

11. Сенникова А.Е., Шахов И.В. Анализ конкурентоспособности фирмы // Colloquium-journal. 2019. №9 (33). С.141-143.

References

1. Vinogradova T.G., Semiletova YA.I. Konkurentosposobnost': metody i ocenka // Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. 2016. №43. C.169-175.

2. Gil'mitdinov SH.G. Ocenka konkurentosposobnosti predpriyatiya na osnove ispol'zovaniya kompleksnogo pokazatelya // Problemy sovremennoj ekonomiki. 2012. №1 (41). S.121-123.

3. Gorbashko E.A. Upravlenie konkurentosposobnost'yu: uchebnik dlya vuzov dlya vuzov; pod redakciej E.A. Gorbashko, I.A. Maksimceva. 2-e izd. M.: Izdatel'stvo YUrajt, 2021. 407 s.

4. Danilova N.P., Halturina E.N. Upravlenie konkurentosposobnost'yu predpriyatiya // Skif. 2018. №4 (20). S.139-143.

5. Danilova S.V. Metodicheskie ocenki konkurentosposobnosti // Kreativnaya ekonomika. 2013. Tom 7. № 4. S. 54-61.

6. Elsukova YU.YU., Halo L.A. Konkurentosposobnost' kak ekonomicheskaya kategoriya marketinga. Metody ocenki konkurentosposobnosti // Filosofiya social'nyh kommunikacij. 2014. №4(29). S.81-90.

7. Eroshkin S.YU., Polyakov V.V. Analiz podhodov k ocenke ekspertnoj informacii pri prognozirovanii innovacionnyh reshenij // Nauchnye trudy: Institut narodnohozyajstvennogo prognozirovaniya RAN. 2005. №3. S.150-169.

8. Kyshtymova E.A., Medik D.O. Strategicheskij menedzhment: sovremennye koncepcii // Simvol nauki. 2017. №2. S.82-84.

9. Lazarenko A.A. Metody ocenki konkurentosposobnosti // Molodoj uchenyj. 2014. №1. S. 374-377.

10. Malyj D.N., SHul'ga YU.V., SHamileva E.E. Metody ocenki konkurentosposobnosti predpriyatiya // Mezhdunarodnyj nauchnyj zhurnal «Innovacionnaya nauka». 2015. №5. S.191-194.

11. Sennikova A.E., SHahov I.V. Analiz konkurentosposobnosti firmy // Colloquium-journal. 2019. №9 (33). S.141-143.