

Казанцева Светлана Юрьевна

канд. экон. наук., доцент

Сокирко Екатерина Дмитриевна

магистрант

ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет им. Г.В. Плеханова»

г. Москва

СОВРЕМЕННАЯ МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: в статье описываются различные методы оценки конкурентоспособности, которые позволят провести конкурентный анализ предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, методы оценки конкурентоспособности.

Одним из факторов успешного функционирования предприятия на рынке является его конкурентоспособность, то есть способность максимально удовлетворять запросы потребителей путем создания конкурентного предложения товаров и услуг.

Другими словами, под конкурентоспособностью предприятия понимают его способность противостоять на рынке другим изготовителям аналогичной продукции (услуги) как по степени удовлетворения своими товарами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности.

Управление конкурентоспособностью предприятия невозможно без оценки ее уровня, которая позволит определить положение, занимаемое экономическим субъектом на рынке.

В настоящее время разработано и применяется на практике большое количество методов определения конкурентоспособности предприятия. Рассмотрим некоторые из них.

1. Наиболее известным считается метод оценки конкурентоспособности с точки зрения сравнительных преимуществ. Основным его критерием является низкий уровень издержек в процессе производства и реализации по сравнению с ближайшими конкурентами.

2. Следующий метод позволяет оценить конкурентоспособность, используя теорию равновесия А. Маршалла. Основная идея этого метода – определение факторов производства, которые могут быть использованы с лучшей производительностью, чем у конкурентов [2]. Такой внутренний резерв возможен в том случае, когда каждый фактор производства рассматривается с одинаковой и одновременно наибольшей производительностью в связи с отсутствием у производителя стимулов для изменения объемов производства.

3. Метод оценки конкурентоспособности на базе качества продукции учитывает потребительские предпочтения при обеспечении уровня конкурентоспособности.

4. Одним из самых современных подходов к оценке конкурентоспособности является метод бенчмаркинга. Он позволяет узнать, какой лучший результат достигается – будь то в конкретной компании, конкурентом или совершенно другой отраслью. Эта информация затем может быть использована для выявления пробелов в процессах организации с целью достижения конкурентного преимущества. Таким образом, осуществляется поиск новых идей, их адаптация и использование на практике.

5. Основой структурного подхода при оценке конкурентоспособности служит уровень концентрации производства и капитала и наличие барьеров для вновь вступающих на рынок предприятий.

6. Функциональный подход дает возможность оценить конкурентоспособность фирмы с учетом соотношения цены, затрат и нормы прибыли. При таком подходе конкурентоспособными считаются фирмы с более высокими показателями производства и хорошо налаженной схемой реализации товара.

7. Наиболее наглядным методом является профиль требований, где с помощью шкалы экспертных оценок определяют наиболее сильного конкурента и степень продвижения организации.

8. Метод, в основу которого положена теория эффективной конкуренции, учитывает различные сферы деятельности предприятия. Согласно этой теории, компании, в которых в большей степени успешно организована работа всех подразделений и служб, считаются наиболее конкурентоспособными [3]. Эффективность деятельности каждой из служб зависит от ресурсов предприятия, соответственно, способности предприятия по достижению конкурентных преимуществ оцениваются экспертами с учетом имеющихся ресурсов.

9. Матричный метод оценки дает наглядную информацию и является наиболее простым. Его теоретической базой служит концепция жизненного цикла товара и технологии, которая отражается в занимаемой доле рынка и в динамике продаж. Матричный метод позволяет рассмотреть конкуренцию в динамике, а также выработать стратегию поведения на рынке. Оценка проводится путем построения матрицы в определенной системе координат: ось абсцисс – это темп роста или сокращения объема продаж; ось ординат – относительная доля, занимаемая компанией на рынке. Самыми конкурентоспособными являются предприятия, функционирующие на быстрорастущем рынке и занимающие его значительную долю. Наиболее известна матрица БКГ, позволяющая выявить наиболее перспективные и, напротив, самые «слабые» продукты или подразделения предприятия [1].

10. SWOT-анализ как метод оценки конкурентоспособности позволяет провести анализ сильных и слабых сторон внутренней среды предприятия, потенциальных опасностей во внешней среде, выявить реальные возможности для развития фирмы. Зачастую оценка результатов SWOT-анализа ведет к различным стратегическим изменениям.

11. Оценка конкурентоспособности предприятия на базе «БР» базируется на сравнительном анализе организации и фирм-конкурентов по следующим факторам: продукт, цена, каналы сбыта, продвижение на рынке, персонал и связи с

общественностью. Анализ факторов конкурентоспособности проводится экспертами с помощью балльных оценок, присваиваемых каждому из факторов.

12. «Гипотетический многоугольник конкурентоспособности» как метод оценки строится на 8 составляющих:

- 1) концепция товара и услуги, на которой базируется деятельность предприятия;
- 2) качество, а именно, соответствие продукта высокому уровню рыночных лидеров;
- 3) цена товара с возможной наценкой;
- 4) финансы;
- 5) торговля;
- 6) послепродажное обслуживание;
- 7) внешняя торговля предприятия;
- 8) предпродажная подготовка.

Суть данного метода – это сравнение ключевых свойств товара организации и товаров конкурентов.

Таким образом, существует большое число различных методов оценки конкурентоспособности предприятия, которые могут быть использованы как по отдельности, так и в комплексе, исходя из задач проведения оценки.

Список литературы

1. Галяутдинов Р.Р. Матрица БКГ: что такое, как построить и проанализировать // Сайт преподавателя экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://galyautdinov.ru/>
2. Лазаренко А.А. Методы оценки конкурентоспособности // Молодой ученый. – 2014. – №1. – С. 374–377.
3. Поляничкин Ю.А. Методы оценки конкурентоспособности предприятий // Бизнес в законе. – 2012. – №3. – С. 191–194.