

**Гатина Гульназ Фаритовна**

студентка

**Гайнутдинова Ландыш Ильшатовна**

студентка

**Вазюкова Анна Евгеньевна**

студентка

ФГБОУ ВО «Казанский государственный

энергетический университет»

г. Казань, Республика Татарстан

## **МЕТОДЫ АНАЛИЗА И ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

***Аннотация:** в представленной статье исследователями описана систематизация методик оценки конкурентоспособности предприятий, а также произведен их анализ.*

***Ключевые слова:** конкурентоспособность, методы оценки конкурентоспособности.*

Показатель конкурентоспособности – это качественная и (или) количественная характеристика продукции (услуг), деятельности предприятия, служащая основанием для оценки ее конкурентоспособности.

Следует отметить, что зачастую фактор и показатель имеют одинаковое название, но фактор несет в себе значение причины, а показатель значение признака, на основании которого осуществляется оценка. Так, конкурентоспособность услуг – основной фактор конкурентоспособности предприятия, в тоже время и один из показателей, на основании которого можно осуществить оценку уровня конкурентоспособности предприятия.

При оценке конкурентоспособности различают объекты и субъекты оценки. Объектами оценки являются предприятия, оказывающие услуги. Субъектами оценки являются потребители, поставщики и эксперты. В общенаучном

плане, метод – «способ достижения какой-либо цели, решения конкретной задачи; совокупность приемов или операций практического и теоретического освоения (познания) действительности».

В свою очередь, методы конкретизируются в исследовательских методиках. Методика отвечает конкретным целям и задачам исследования, содержит в себе описание объекта, способов обработки полученных данных. Методика – конкретизация метода, доведение его до алгоритма, четкого описания способа существования. На основе определенного метода может быть создано множество методик. Систематизированный перечень методов для возможной оценки конкурентоспособности предприятия включает в себя общенаучные (дифференциальный, комплексный, смешанные) и специализированные методы (аналитические, аналитико-прогностические, графические, социологические).

Существует большое разнообразие методик определения конкурентоспособности предприятий, которые могут быть сгруппированы по различным критериям: по содержанию понятия, по подходу к оценке, по характеру, типу показателей, по способам определения значений показателя.

Систематизация методик оценки конкурентоспособности предприятий, оказывающих услуги, представлена в таблице 1.

Таблица 1

| Способ оценки  | Автор   | Сфера деятельности предприятия                    |
|--|---|---|
| Описание факторов конкурентоспособности  | Н. Моисеева, Н. Пискунова, Г. Костина                   | Учебное заведение                                 |
|  | И.М. Лифиц  | Предприятия торговли                              |
| Комплексный показатель на основе среднего взвешенного арифметического показателя единичных показателей конкурентоспособности | И. Андреев  | Банк  |
|  | С.П. Бурланков, И.Е. Ильина, Д.И. Долгов, А.Е. Скворцов | Автосервис легковых автомобилей                   |
|  | Е.А. Хакимова   | Организации сферы жилищно-коммунального хозяйства |
|  | С. Мамонтов   | Учебное заведение                                 |

|  |                                    |                              |
|--|------------------------------------|------------------------------|
|  | Н.В. Пеншин                        | Автотранспортное предприятие |
| Комплексный показатель на основе среднего взвешенного геометрического показателя единичных показателей конкурентоспособности | И.У. Зулкарнаев ,<br>Л.Р. Ильясова | Финансовые организации       |
| Комплексный показатель на основе анализа факторов конкурентоспособности  | С.С. Скобкин , А.С. Скобкин        | Гостиницы                    |

Анализ рассмотренных методик определения комплексного показателя конкурентоспособности выявил, что чаще всего расчеты основаны на суммировании единичных показателей с использованием их значимости. На практике, как для определения единичных показателей конкурентоспособности, так и для установления их значимости, часто используют знания экспертов. Методики определения комплексных показателей объединяют единичные показатели конкурентоспособности, отражающие отдельные свойства организации, в один комплексный показатель, представляющий совокупность свойств организации. Анализ рассмотренных методик оценки уровня конкурентоспособности предприятий позволяет выделить следующее:

1. Некоторые авторы, оценивая конкурентоспособность предприятия, уделяют особое внимание конкурентоспособности товара, что не всегда корректно. Такой подход нельзя признать научно обоснованным, так как с помощью одного показателя невозможно учесть все многообразие конечных результатов деятельности предприятия.

2. Достоверность оценки в большинстве методик зависит от квалификации экспертов и является во многом субъективным процессом. Широкое использование экспертных оценок вызвано усложнением задач и недостаточной информацией, необходимой для решения задач расчетными методами. Эти методы просты и доступны.

3. В представленных методиках отсутствует единый подход для выбора анализируемых групп показателей. По значительному числу показателей,

включаемых в анализируемый перечень, невозможно получить достоверных числовых оценок по предприятиям конкретной группы.

Таким образом, в настоящее время нет единой общепринятой методики количественной оценки конкурентоспособности предприятий. Анализ литературы показал, что оценка конкурентоспособности предприятий – одна из дискуссионных и актуальных задач управления конкурентоспособностью.