

Гатина Гульназ Фаритовна

студентка

Гайнутдинова Ландыши 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 общенациональном

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. Пеньшин	Автотранспортное предприятие
Комплексный показатель на основе среднего взвешенного геометрического показателя единичных показателей конкурентоспособности	И.У. Зулькарнаев , 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.