

Теплых Михаил Дмитриевич

магистрант

ФГАОУ ВО «Российский университет

дружбы народов»

г. Москва

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

***Аннотация:** в статье раскрывается сущность понятий конкурентоспособность и конкурентные преимущества, а также рассматриваются методы оценки конкурентоспособности предприятия. В работе сделан акцент на полной модели SWOT-анализа. В сочетании с другими методами оценки конкурентоспособности SWOT-анализ может быть отличным инструментом, который позволяет провести оценку факторов внешней и внутренней среды предприятия и определить пути его дальнейшего развития.*

***Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность предприятия, конкурентное преимущество, факторы конкурентоспособности, оценка конкурентоспособности.*

Развитие мирового рынка сопровождается усилением конкурентной борьбы, ростом требований к качеству продукции и обслуживанию, что вынуждает предприятия все время развивать свой стратегический потенциал, искать возможные варианты его эффективного использования, работать над созданием новых конкурентных преимуществ и разрабатывать конкурентную стратегию.

Конкурентные преимущества предприятия – это проявление превосходства над его конкурентами в различных сферах деятельности организации; а также это систематическое получение компанией более высоких показателей, таких как, например, рыночная доля и прибыль, относительно своих конкурентов. Конкурентные преимущества носят не абсолютный характер, а сравнительный, так как в большинстве случаев их измеряют экономическими показателями [1].

Конкурентоспособность предприятия в общем виде можно определить как потенциал, возможности, способности выдерживать конкуренцию и приспосабливаться к условиям рынка [2].

Наиболее развернутым, на наш взгляд, является определение конкурентоспособности предприятия, которое дает П.П. Гончаров. По мнению автора, конкурентоспособность предприятия – это оцененное субъектами внешней среды его превосходство на определенных сегментах рынка над своими конкурентами в настоящее время, определяемое уровнем конкурентного потенциала предприятия и конкурентоспособностью его товаров или услуг и, характеризующее способность предприятия в долгосрочной перспективе изготавливать, сбывать и обслуживать товары (услуги), превосходящие по критерию цена/качество аналоги конкурентов [3].

Основные методы оценки конкурентоспособности предприятия, которые являются наиболее популярными в настоящее время, можно разделить на следующие группы: теоретические (SWOT-анализ, матрица Бостонской консалтинговой группы, PEST-анализ, матрица МакКинси «Привлекательность рынка/конкурентоспособность», метод «многоугольник конкурентоспособности предприятия», матрица конкуренции по М. Портеру) и расчетные (метод оценки на основе потребительной стоимости, метод рейтинговой оценки, динамический метод по выборке основных конкурентов, метод оценки на основе теории эффективной конкуренции, операционные методы, оценка на основе расчета доли рынка).

Опыт многих компаний доказывает, что большая часть субъектов рынка, которые с успехом развиваются в долгосрочном периоде, многим обязаны грамотной оценке рынка [4], поэтому при управлении конкурентоспособностью предприятия ключевую роль играет грамотное проведение развернутого SWOT-анализа.

Следует отметить, что SWOT-анализ используется для определения потенциала компании и ее слабых сторон, выявления возможностей и угроз,

определения степени влияния микроокружения на деятельность предприятия и оценки конкурентных позиций организации.

SWOT-анализ позволяет компании исследовать существующие на рынке возможности и оценить собственные способности по их достижению, что может быть полезным для разработки рекомендаций по увеличению уровня конкурентоспособности предприятия. Процесс проведения SWOT-анализа в общем виде сводится к заполнению матрицы, в которой выявляются и затем сопоставляются сильные и слабые стороны предприятия с возможностями и угрозами, которым может подвергнуться организация со стороны рынка [5]. Такое сопоставление факторов внешней и внутренней среды позволяет определить, какие шаги могут быть предприняты компаний для дальнейшего её развития, а также какие проблемы необходимо при этом решить. В перекрёстных полях матрицы рассматриваются парные комбинации и из них выделяются те, которые необходимо учитывать при разработке конкурентной стратегии предприятия.

Список литературы

1. Фатхудинов Р.А. Управление конкурентоспособностью наукоёмкого предприятия / Р.А. Фатхудинов. – М.: Маркет, 2017. – 438 с.
2. Миронов М.Г. Ваша конкурентоспособность / М.Г. Миронов. – М.: АльфаПресс, 2018. – 425 с.
3. Гончаров П.П. Конкурентоспособность предприятия: учебное пособие / П.П. Гончаров. – Оренбург, 2016 – 84 с.
4. Чурсин А.А. Инвестиции с инновациями: синергия в конкурентоспособности экономики / А.А. Чурсин, Ю.Н. Макаров, У.Б. Байиуратов; под ред. А.А Чурсина. – М.: Изд-во «МАКД»: Машиностроение, 2013. – 496 с.
5. Кривенко Н.В. Стратегия формирования конкурентных преимуществ предприятия / Н.В. Кривенко // Экономика. – 2014. – №99–100. – С. 44–48.