

*Волкова М.В.,
кандидат экономических наук, доцент кафедры "Промышленная
логистика" МГТУ им. Баумана*

Россия, г. Москва

Фаткулов И.Э.,

Студент 3 курс,

факультет «Инженерного бизнеса и менеджмента»

МГТУ им. Баумана

Россия, г. Москва

Долгих Г.М.,

Студент 3 курс,

факультет «Инженерного бизнеса и менеджмента»

МГТУ им. Баумана

Россия, г. Москва

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация: Статья посвящена подходам и методикам оценки конкурентоспособности предприятий, применяемым в настоящее время в России и зарубежных странах. Рассматриваются различные точки зрения на конкурентоспособность, исследуются наборы показателей, используемых при ее оценке. На основе сравнительного анализа различных подходов автор выделяет среди них наиболее перспективные, не только с позиции эффективности и прозрачности оценочных процедур, но и с позиции стратегического планирования развития предприятия и достижения конкурентных преимуществ в долгосрочном периоде.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, конкурентные преимущества, подходы к оценке конкурентоспособности, методики оценки конкурентоспособности, показатели конкурентоспособности.

Abstract: The article is devoted to approaches and methods of assessing competitiveness of enterprises, currently used in Russia and foreign countries. Different points of view on competitiveness are considered, sets of indicators used in its assessment are investigated. Based on the comparative analysis of different approaches, the author identifies the most promising among them, not only from the standpoint of efficiency and transparency of evaluation procedures, but also from the perspective of strategic planning of enterprise development and achievement of competitive advantages in the long term.

Keywords: competitiveness, competitive advantage, approaches to evaluation of competitiveness, methods of an estimation of competitiveness, indicators of competitiveness.

В настоящее время в большинстве отраслей экономики наблюдается бурное развитие конкуренции, в связи с чем растет интерес к проблемам оценки и управления конкурентоспособностью предприятий. Регулярно в России и за рубежом публикуется множество научных трудов в этой области. Многообразие исследований, применение множества подходов к анализу конкурентоспособности и наличие большого количества соответствующих методик свидетельствует о сложности явления «конкурентоспособность предприятия». Если анализировать публикации по вопросам конкурентоспособности, то можно прийти к выводу, что большинство авторов в зависимости от направления исследований, оцениваемых объектов, требований хозяйствующих субъектов предпочитает давать собственные определения конкурентоспособности предприятия.

Так, А.Н. Захаров дает следующую трактовку рассматриваемого понятия: «Конкурентоспособность организации – обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования».¹

А.О. Блинов предлагает следующее определение: «Под конкурентоспособностью предприятия понимается способность создавать такое превосходство над конкурентами, которое позволяет достичь поставленных целей».²

В. Баринов определяет конкурентоспособность через ее составляющие: «Конкурентоспособность объектов складывается из конкурентоспособности его элементов и их организованности для достижения цели».³

Разнообразие исследовательских подходов к трактовке конкурентоспособности предприятия затрудняет установление сущности данного понятия, состава его компонентов, что в свою очередь вносит сложности в процесс оценки конкурентоспособности и поиска путей ее повышения. Разница в понимании этого явления хозяйствующими субъектами при их взаимодействии может создавать препятствия для согласованной совместной работы.

По результатам анализа ряда трактовок можно сформулировать следующее определение конкурентоспособности: «конкурентоспособность предприятия - это его превосходство над конкурентами, которое определяется конкурентоспособностью его продукции или услуг, а также внутренним потенциалом предприятия, выражающимся в его текущей и перспективной способности противостоять конкурентам и получать достаточный для развития уровень доходов.

О высокой конкурентоспособности предприятия говорит наличие следующих признаков:⁴

¹ Захаров А.Н. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы, оценки и механизмы увеличения // Бизнес и банки. – 2014. – № 1–2.

² Блинов А.О., Захаров В.Я. Имидж организации как фактор ее конкурентоспособности // Менеджмент в России и за рубежом. – 2016. – № 4.

³ Баринов В. Развитие организации в конкурентной среде // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 6.

⁴ Миронов М.Г. Ваша конкурентоспособность. – М.: АльфаПресс, 2015.

1. Потребители удовлетворены и демонстрирует готовность повторно приобретать товары или услуги предприятия (возврат потребителей, а не товаров).

2. Собственники, партнеры, государство и общественные организации не имеют серьезных претензий к предприятию.

3. Персонал предприятия высоко мотивирован, вакансии предприятия востребованы у соискателей.

Для достижения высокого уровня конкурентоспособности предприятию необходимо:

1. Предлагать конкурентоспособные товары (услуги) на целевых рынках. Под конкурентоспособностью товара понимается его способность удовлетворять потребности покупателей лучше, чем конкурирующие товары (превосходство по показателю «качества/цена»). При этом данная способность должна быть закреплена в сознании потребителей.

2. Повышать уровень потенциала конкурентоспособности предприятия, а значит и его структурных единиц до уровня ведущих предприятий, работающих на рынке. Внутренний потенциал - это возможность эффективной работы предприятия в будущем.

У собственников и руководителей существует естественная потребность в оценке уровня своего предприятия по сравнению с конкурентами. Оценка своей позиции на рынке является первым важным шагом в программе формирования конкурентных преимуществ.

Для того чтобы управлять конкурентоспособностью, необходимо иметь объективные инструменты ее оценки, нужны надежные, объективные методы измерения текущего и перспективного потенциала предприятий. Ошибочный выбор методов оценки может обусловить принятие неверных управленческих решений.

Во многих случаях предприятия оценивают свою конкурентоспособность на основании интуитивных ощущений. Однако оценку можно проводить, используя формализованные критерии, позволяющие определить пути

повышения конкурентоспособности через анализ множества факторов, влияющих на нее.

Критерии, которые можно использовать при анализе конкурентоспособности предприятия, значительно варьируются, и для каждого предприятия и методики оценки может подбираться собственный набор критериев.

В настоящее время на практике используется шесть базовых подходов к оценке конкурентоспособности.⁵

В рамках первого подхода конкурентоспособность оценивается с точки зрения конкурентных преимуществ предприятия.

В основе второго подхода лежит теория равновесия А. Маршала. Согласно этой теории, у предприятия нет мотивов переходить в другое состояние, когда оно имеет максимальный уровень продаж и максимальную прибыль.

Третий подход состоит в анализе конкурентоспособности предприятия на основе оценки качества его товаров или услуг. Качество изделия – основная составляющая его конкурентоспособности. Качество включает множество компонентов. Прежде всего, к ним относятся технико-экономические показатели качества продукции, а также качество технологии ее изготовления и эксплуатационные характеристики. Показатели назначения продукции, надежности и долговечности, трудоемкости, материалоемкости, наукоемкости – определяющие в этом ряду.⁶

Четвертый подход - матричный. При его использовании составляется набор матриц и осуществляется предварительный выбор стратегии.

Пятый подход имеет структурный характер. Его применение подразумевает оценку позиций предприятия с использованием таких критериев, как: степень монополизации рынка и уровень входных барьеров на рынок.

⁵ Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: Экономика, стратегия, управление: Учебник. – М.: ИнфраМ, 2015.

⁶ Волкова М.В., Кузнецов А.С., Волкова Т.И. Методы и модели, используемые в управлении портфелем продукции промышленного предприятия. [Электронный ресурс]. URL: <https://research-journal.org/economical/metody-i-modeli-ispolzuemye-v-upravlenii-portfelem-produkcii-promyshlennogo-predpriyatiya/> (дата обращения: 12.01.2019)

Шестой подход является функциональным. При его использовании рассчитывается соотношение между затратами и ценой, уровень загрузки производственных мощностей, объем выпуска продукции и прочие показатели. В рамках этого подхода конкурентоспособными считаются предприятия, в которых лучше организовано производство и продажа продукции, а также сформирована эффективная система управления финансами. В частности, данный подход используется в известной американской консалтинговой компании «Дан энд Брэдстрит».⁷ Рассмотрим оценочные показатели подробнее.

Первая группа включает показатели, характеризующие эффективность производственной и коммерческой деятельности предприятия. К ним можно отнести: отношение чистой прибыли к стоимости основных фондов, отношение чистой прибыли к объему продаж. Кроме того анализируется соотношение чистой прибыли и оборотного капитала.

Вторая группа включает показатели отдачи от использования основного и оборотного капитала. В число этих показателей входят: отношение объема реализации к чистому оборотному капиталу, отношение объема продаж к стоимости материальных активов, отношения стоимости основных фондов к общей стоимости активов, отношение объема реализации к стоимости производственных запасов и отношение стоимости производственных запасов к чистому оборотному капиталу.

Третья группа показателей включает показатели финансового состояния. В их число входят: отношение текущей задолженности к стоимости активов, отношение текущей задолженности к стоимости производственных запасов, отношение стоимости оборотных средств к текущей задолженности, отношение долгосрочных обязательств к чистому оборотному капиталу.⁸

Последний подход к оценке конкурентоспособности предприятия является наиболее точным и максимально учитывающим динамику изменения рыночной ситуации.

⁷ Фасхиев Х.А., Попова Е.В. Как измерить конкурентоспособность предприятия? // Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. – № 4.

⁸ Иванова Е.А. Оценка конкурентоспособности предприятия: Учеб. пособие. – Ростовн/Д: Феникс, 2008.

Итак, существует множество подходов и методик оценки и конкурентоспособности предприятия, которые, в зависимости от ситуации, могут быть использованы, как отдельно, так и в комплексе. Широкий арсенал применяемых аналитических инструментов позволяет при наличии необходимого уровня квалификации у специалистов, занимающихся оценкой, провести полноценное исследование конкурентоспособности и разработать эффективную стратегию развития, направленную на укрепление конкурентных преимуществ предприятия.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

1. Баринов В. Развитие организации в конкурентной среде // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 6.
2. Блинов А.О., Захаров В.Я. Имидж организации как фактор ее конкурентоспособности // Менеджмент в России и за рубежом. – 2016. – № 4.
3. Волкова М.В., Кузнецов А.С., Волкова Т.И. Методы и модели, используемые в управлении портфелем продукции промышленного предприятия. [Электронный ресурс]. URL: <https://research-journal.org/economical/metody-i-modeli-ispolzuemye-v-upravlenii-portfelem-produkcii-promyshlennogo-predpriyatiya/> (дата обращения: 12.01.2019)
4. Захаров А.Н. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы, оценки и механизмы увеличения // Бизнес и банки. – 2014.– № 1–2.
5. Иванова Е.А. Оценка конкурентоспособности предприятия: Учеб. пособие. – Ростов н/Д: Феникс, 2008.
6. Миронов М.Г. Ваша конкурентоспособность. – М.: АльфаПресс, 2015.
7. Фасхиев Х.А., Попова Е.В. Как измерить конкурентоспособность предприятия? // Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. – № 4.
8. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: Экономика, стратегия, управление: Учебник. – М.: ИнфраМ, 2015.