

Студент 3 курса

факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеця

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Анотація. Раскрыта сущность понятия "конкурентоспособность". Освещены проблемы конкурентоспособности предприятий в современных условиях рынка Украины. Осуществлен анализ наиболее распространенных методов, а также выделены преимущества и недостатки применения каждого из методов в деятельности отечественных предприятий.

Анотація. Розкрито сутність поняття "конкурентоспроможність". Висвітлено проблеми конкурентоспроможності в сучасних умовах ринку України. Здійснено аналіз найбільш поширених методів, а також виділено переваги та недоліки застосування кожного із методів у діяльності вітчизняних підприємств.

Annotation. The essence of the concept "competitiveness" is disclosed. Problems of competitiveness of enterprises in the current market of Ukraine are covered. The analysis of the most widespread methods is carried out, and advantages and drawbacks of application of each method in the activity of domestic enterprises are described.

Ключевые слова: конкурентоспособность, оценка, метод оценки.

Конкурентоспособность предприятия в современном мире – залог его успеха, прибыльности и процветания. Категория "конкурентоспособность", описывающая состояние хозяйствующего объекта, зависит от комплекса факторов, которые всесторонне характеризуют деятельность предприятия. К этим факторам относятся: используемые технологии, система производства и качества, налаженная система сбыта и др. Они определяют конкурентные преимущества организации, способствующие предприятию максимально удовлетворять запросы потребителей и иметь при этом высокий уровень эффективности производственно-экономической деятельности [1].

Практическим и теоретическим исследованиям вопросов конкурентоспособности предприятия посвящены работы отечественных и зарубежных ученых. Среди зарубежных экономистов существенный вклад в развитие методов анализа конкурентоспособности внесли: Б. Берман, Дж. Джуран, К. Ишикава, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, М. Портер, Х. Дж. Харрингтон, Дж. Эванс. Ведущими российскими и украинскими специалистами в этой сфере являются: Азоев Г. Л., Буркинский Б. В., Завьялов П. С., Лепя Н. Н., Лепя Р. Н., Лифиц И. М., Фатхутдинов Р. А., Юданов А. Ю., Долинской М. Г., Осиповой В. Н., Зилькарнаева Е. У. и др. [2, с. 123].

Целью статьи является выявление сущности существующих методов оценки конкурентоспособности предприятия.

В условиях рыночной экономики, когда возможность дальнейшего развития предприятия непосредственно зависит от осуществления эффективной хозяйственной деятельности, приоритетным направлением является управление его конкурентоспособностью посредством постоянного анализа и оценки. Оценка конкурентоспособности предприятия позволяет определить сильные и слабые стороны предприятия; выявить его скрытые потенциальные возможности; разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности; выработать основные направления создания и изготовления продукции и услуг, пользующихся спросом; оценить перспективы продаж конкретных видов изделий и услуг; установить цены на продукцию и т. д.

Для целей управления конкурентоспособностью необходимо наличие объективных инструментов ее оценки. Анализ различных литературных источников по этой теме позволяет утверждать, что сегодня отсутствует общепринятая методика определения и оценки конкурентоспособности предприятия. Быстрые изменения внешней среды отечественных предприятий вызывают появление новых методов и подходов к управлению конкурентоспособностью [3, с. 317]. Так, Бурда А. Г. и Кочетов В. В. среди методов оценки конкурентоспособности выделяют: метод сумм (суммируются темпы прироста отобранных показателей); метод средней арифметической взвешенной, когда темпы прироста суммируются с учетом веса каждого показателя по какому-либо принципу; метод ранжирования или суммы мест, когда суммируются места, достигнутые предприятиями по отобранным показателям: наименьшая сумма мест означает первое место; метод балльной оценки, когда каждый показатель имеет свой весовой балл, и в баллах оцениваются приращения показателей по определенной шкале. Бидник Н. Б. рассматривает классификацию методов более упрощенно: метод анализа конкурентных преимуществ, матричные и аналитические методы оценки конкурентоспособности. А. Кухарчук выделяет два классификационных признака: по степени охвата аспектов функционирования (специальные, комплексные) и по форме выражения результата оценки (матричные, индексные, графические). Профессор Янковой А. Г. [4, с. 317] методы оценки конкурентоспособности предприятия классифицирует по двум основным критериям: по степени объективности (субъективности) результатов оценки, а также по подходам к

© Кочена А. С., 2014

оценке – количественные и качественные.

Наиболее полной можно считать классификацию методов оценки конкурентоспособности предприятия на количественные и качественные. Так, количественные методы оценки конкурентоспособности, как правило, связаны с расчетом индексов, прежде всего интегральных, призванных оценить состояние ряда ключевых показателей, отражающих

отдельные аспекты конкурентоспособности, с последующим объединением их в агрегированный показатель. Они основаны на применении различных коэффициентов для анализа производственной деятельности, финансового положения, эффективности инвестиций и т. д. При этом показатели, принимаемые тем или иным автором в качестве основных для оценки конкурентоспособности, достаточно разнообразны [5, с. 260].

Все качественные методы оценки достаточно универсальны, их можно применить к субъектам различных отраслей хозяйствования. Это обусловило их популярность и широту применения в теории и практике управления. К качественным методам оценки конкурентоспособности можно отнести объективные модели оценки конкурентных сил и ценностные цепочки (пяtifакторная модель, "ромб", метод профилей, цепочка ценностей М. Портера), модели стратегического анализа (STEP-анализ, SWOT-анализ), а также субъективные матричные методы (матрицы BCG, GE / McKinsey, ADL) [6, с. 96].

Тем не менее, независимо от классификационной группы все методы оценки конкурентоспособности предприятий имеют свои достоинства и недостатки, которые выделены в таблице.

Таблица

Методы оценки конкурентоспособности предприятия

Метод	Сущность метода	Преимущества метода	Недостатки метода	
1	2	3	4	
иные	Комплексный метод	Оценка показателей эффективности производственной деятельности предприятия, финансового положения, организации сбыта и продвижения товара на рынке; конкурентоспособность товара, деловая активность предприятия	учитывает не только достигнутый уровень конкурентоспособности предприятия, но и его возможную динамику в будущем	достаточно жесткая заданность критериев эффективности

О кончание таблицы

1	2	3	4
Метод балльной оценки	Проводится сравнительная оценка конкурентоспособности производителей в баллах по группам факторов. Присвоенные баллы суммируются по факторам конкурентоспособности и по абсолютной величине количества баллов проводится оценка конкурентоспособности предприятия	Простота в использовании. Метод позволяет дать количественную оценку уровня конкурентоспособности предприятия	В процессе оценивания в баллах экспертным методом будут присутствовать элементы субъективизма, которые снижают объективность количественной оценки любого объекта
Метод рейтинговой оценки	Нормативные выводы производятся на базе количественного сравнения, то есть на основе выбранных показателей, по их относительной важности, рассчитывается совокупная балльная оценка предприятий, являющаяся базой для определения итогового места предприятия в рейтинге	Метод позволяет быстро сориентироваться и оперативно принять какое-либо решение	Недостатками является то, что полученная оценка является относительной, а не абсолютной
Матричный метод (на примере матрицы БКГ)	Оценка заключается в анализе матрицы, построенной по принципу системы координат: по горизонтали – темпы роста (сокращения) объема продаж; по вертикали – относительная доля предприятия на рынке	При наличии информации об объемах реализации и относительных долях рынка конкурентов метод позволяет обеспечить высокую адекватность оценки	Исключает проведение анализа причин происходящего и усложняет выработку управленческих решений, а также требует наличия достоверной маркетинговой информации, что влечет необходимость соответствующих исследований
Метод основанный на концепции ценностной цепи М. Портера	Экспертная группа оценивает состояние организации путем ответа на вопросы, сгруппированные по ценностным блокам. Определение точки возможного роста, блоки неэффективного использования капитала, ценностные действия, которые определяют конкурентное лицо компании и ее конкурентные преимущества	Оценка реального положение дел в компании	Метод не дает конкретных рекомендаций по достижению конкурентных преимуществ
SWOT-анализ	Позволяет проанализировать слабые и сильные стороны предприятия, потенциальные угрозы, выявить существующие возможности для развития	Простота применения и восприятия, широкий спектр применения, создает базу для изучения сформированной ситуа-	Не отображает динамику во времени, не позволяет сопоставлять и оценивать дан-

		ции и выявление направ- ления развития	ные, а только обозначает проблемы
Профиль полярностей	В основе лежат определения показате- телей, по которым предприятие опере- жает или отстает от конкурентов	Показывает направления, на которые должно обратить внимание руководство предприятия для выживания в кон- курентной борьбе	Требует проведения оп- ределенных мероприя- тий по поводу укрепле- ния позитивных тен- денций

Можно сделать вывод, что несмотря на то, что универсальной методики комплексной оценки конкурентоспособности предприятия в настоящее время не существует, использование различных методов оценки конкурентоспособности предприятия позволяет получить необходимую базовую информацию для разработки путей повышения конкурентоспособности предприятия.

Научн. рук. Яртым И. А.

Литература: 1. Матюшкова Ю. В. Оценка конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / Ю. В. Матюшкова, Е. В. Матвеева. – Режим доступа : http://www.orelgiel.ru/docs/pdf/56_10_12_12.pdf.
2. Кравченко Т. И. Методы анализа конкурентоспособности инновационной продукции // Т. И. Кравченко // Финансы, учет, банки. – 2008. – Вып. № 14. – С. 123–129. 3. Егорова Л. С. Управление конкурентоспособностью предприятия / Л. С. Егорова, А. А. Макарычев // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2008. – № 6. – С. 316–322. 4. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2013. – С. 470. 5. Чиркова А. Н. Методические подходы к оценке конкурентоспособности предприятий / А. Н. Чиркова // Молодой ученый. – 2013. – № 7 (54) – С. 260–263. 6. Волков Д. В. Оценка конкурентоспособности предприятия: теоретико-методологические подходы / Д. В. Волков // Вести высших учебных заведений Черноземья – 2010. – № 1 (19). – С. 96–100. 7. Журан Е. А. Оценка конкурентоспособности предприятия с использованием современных информационных технологий / Е. А. Журан, И. О. Абаза // Праці Одеського політехнічного університету. – 2011. – Вип. 3 (37). – С. 188–193. 8. Григорьева М. С. Методы оценки конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / М. С. Григорьева. – Режим доступа : <http://www.ibl.ru/konf/120412/metody-ocenki-konkurentosposobnosti-predpriyatija.html>. 9. Аблаев А. Р. Выбор метода оценки конкурентоспособности предприятия / А. Р. Аблаев, Р. Р. Аблаев // Вісник СевНТУ : зб. наук. пр. – Вип. 130/2012. – Серія : Економіка і фінанси. – Севастополь, 2012. – С. 3–7.