

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Студент гр. 10302117 Тулуп Д.В.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Плясунков А.В.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

В наше время проблема конкурентоспособности предприятия в разных сферах жизни является одним из самых важных показателей для любой развивающейся страны. В современном мире предприятия стараются приспособиться к условиям, которые постоянно и стремительно изменяются. Они делают это для того, чтобы достичь высоких результатов в своей работе. Также современные условия нуждаются в разработке новых концепций, инноваций развития предприятия для повышения конкурентоспособности. Итак, в совокупности, под конкурентоспособностью предприятия может означаться условное превосходство касательно к другим компаниям и предприятиям одной сферы внутри государства и за его рубежами. Однако и прогрессивная мировая, и белорусская экономика вплоть до сегодняшнего момента не смогли определить едино, что же такое конкурентоспособность.

Я предлагаю ввести новое определение «конкурентоспособности предприятия», с помощью которого появиться возможность расширения области исследований в сфере конкурентоспособности субъектов. Таким образом, я предлагаю считать под конкурентоспособностью предприятия сложное понятие, определяющее умение компании существовать с превосходством по сравнению со своими предприятиями-конкурентами этой же сферы изнутри государства и за его границами, как согласно уровню удовлетворения собственными товарами конкретной необходимости, а также согласно производительности хозяйственной деятельности предприятия.

В сфере оценки конкурентоспособности предприятия проводятся исследования с целью разработки многоцелевой, универсальной, общепринятой методики для комплексной оценки конкурентоспособности предприятия. Также следует заметить, что имеется необходимость в оценке конкурирующих фирм и предприятий. В-первых, подобная оценка нужна лично предприятию, так как она

дает возможность установить результативность его функционирования по сравнению с иными предприятиями и сферой в целом. Во-вторых, также оценить достоинства и недостатки организации перед конкурентами, и кроме этого может помочь сформировать эффективную конкурентоспособную стратегию. Существуют крайне разные методики оценки конкурентоспособности предприятия, я рассмотрю некоторые из них.

Р.А.Фатхутдинов, в своем методе оценки конкурентоспособности предприятия, предлагает формулу, которая учитывает значимость товаров и рынков, их реализующих:

$$Kорз = \sum_{i=1}^n a_i b_i K_{ij} \rightarrow 1,$$

где a_i – это удельный вес товара в объеме продаж за анализируемый период, доли единицы, $i = 1, 2, 3, \dots, n$, $\sum a_i = 1,0$;

b_i – показатель значимости рынка, на котором представлен товар предприятия [1].

Однако, этот метод имеет некоторые серьезные **недостатки**. Например, если организация находится на грани банкротства, однако при этом у него есть один или даже ряд товаров, которые в этот период считаются конкурентоспособными.

Свою методику для оценки конкурентоспособности предложила и **Н.К.Моисеева**:

$$Kп = Jт * Jэ,$$

где $Kп$ - общий показатель конкурентоспособности по товарной массе;

$Jт$ - индекс конкурентоспособности по товарной массе;

$Jэ$ - индекс относительной эффективности деятельности предприятия, в состав которой входят показатели рентабельности продаж, активов, основного и собственного капиталов, объема продаж и т.д [2].

Плюсом этого метода можно назвать то, что он принимает во внимание обстоятельство времени и результативность деятельности самой компании.

Недоработка данного подхода заключается в том, что он облегчен, то есть не предусматривает значимые аспекты, которые определяют конкурентоспособные достоинства компании. Данный метод с упором на конкурентоспособность товара.

Плясунков А.В. предлагает рассчитывать конкурентоспособность предприятия по следующей формуле:

$$КСП_{2,1} = P_{2A} / P_{1A},$$

где $КСП_{2,1}$ – конкурентоспособность оцениваемого предприятия по отношению к предприятию-конкуренту;

P_{2A} , P_{1A} – рентабельность активов соответственно оцениваемого предприятия и предприятия-конкурента.

Если $КСП_{2,1} > 1$, то оцениваемое предприятие более конкурентоспособное, чем предприятие-конкурент. Если $КСП_{2,1} = 1$, то оцениваемое предприятие и предприятие-конкурент имеют одинаковую конкурентоспособность. Если $КСП_{2,1} < 1$, то оцениваемое предприятие менее конкурентоспособное, чем предприятие-конкурент [3].

Достоинствами являются: охват всех значимых оценок деятельности предприятия, кратковременность получения единой картины положения организации на рынке, простота нахождения данных для расчета.

Я предлагаю использовать метод оценки конкурентоспособности предприятия **А.В. Плясункова**. Я считаю этот метод наиболее удобным, так как данные для расчета конкурентоспособности имеются у любого предприятия, метод охватывает все важные оценки деятельности организации, а также этот метод можно применять в качестве контроля за подразделениями в различные периоды времени.

Литература

1. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебник, — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Изд-во Эксмо, 2005. — 544с
2. Международный маркетинг/ Г.Л. Багиев, Н.К. Моисеева, С.В. Никифорова. - СПб., 2001. — 509с.
3. Плясунков А.В., Передня О.В. Конкурентоспособность предприятия и методы ее оценки // Материалы 15-й Международной научно-технической конференции «Наука – образованию, производству, экономике» (70-й научно-технической конференции профессорско-преподавательского состава, научных работников, докторантов и аспирантов БНТУ), апрель 2017 года, В 4 томах, Том 1. – Минск: БНТУ, 2017. – С. 505.