

МЕТОДЫ И АНАЛИТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

© 2019 Гасанова Аминат Яхьяевна*
студент

Дагестанский государственный университет, г. Махачкала
E-mail: aminagasanova07@mail.ru

В статье проанализированы современные методы оценки конкурентоспособности предприятий и приведена их классификация. Обоснована необходимость анализа методов оценки конкурентоспособности с целью выбора наиболее оптимального из них с учетом специфики конкретной компании и требующихся результатов. Для анализа мною выбрана классическая классификация методов оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта, при этом определено, что выбор, какого - либо определенного метода оценки конкурентоспособности должен зависеть от целей и задач, которые предприятие поставило перед собой, а также от бюджета, на который она ориентируется и может выделить на оценку конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, предприятие, методы, оценка, анализ, комплексный.

Помимо теоретических исследований сущности конкуренции и конкурентоспособности, важной проблемой является ее практическая оценка. Поскольку в рыночной экономике оценка конкурентных позиций предприятия является неотъемлемой частью деятельности любого субъекта хозяйствования, необходимо отметить возрастающую потребность в ее правильной оценке. На сегодняшний день экономистами не разработан универсальный и общепризнанный подход к оценке конкурентоспособности предприятий и поэтому данная тема является весьма актуальной.

Существует множество классификаций методик оценки конкурентоспособности предприятия: по теоретическому содержанию, по форме отображения результатов оценки, по форме математической связи показателей и ряд других¹.

Классическая классификация методов определения конкурентоспособности предприятия включает:

- продуктовые методы;
- матричные методы;
- операционные методы;

* Научный руководитель: **Сулейманова Динара Абдулбасировна**, кандидат экономических наук, доцент

- комплексные методы.

Продуктовые методы исторически являются первыми методами оценки конкурентоспособности промышленного предприятия. Первоначальной мыслью, приходящей в голову при оценке конкурентоспособности хозяйствующего субъекта, является то, что конкуренция компаний в рыночной экономике сводится к конкуренции их продукции. Выходит, что вероятность компании конкурировать на каком-либо рынке напрямую зависит от конкурентоспособности ее товара. Данная позиция не раз подтверждалась и на практике, которая свидетельствует о том, что подавляющее количество конкурентоспособных компаний представлено конкурентоспособной продукцией. И напротив, невозможно представить конкурентоспособное предприятие, которое производит продукцию, на которую нет спроса. В рамках данного подхода взаимосвязь между конкурентоспособностью продукта и успехом в бизнесе настолько сильна, что эти категории практически идентичны.

Преимуществами методов, ориентированных на конкурентоспособность конкретного продукта, являются простота и ясность оценки, а также тот факт, что он учитывает один из важнейших элементов конкурентоспособности фирмы - конкурентоспособность ее продукции.

Недостатками этих методов служит тот факт, что они позволяют получить довольно ограниченное понимание преимуществ и недостатков ведения бизнеса, так как учитывается только конкурентоспособность продуктов, а другие аспекты деятельности компании не анализируются.¹

Развитие товарно-денежных отношений ведет к усугублению различий в экономических условиях деятельности предприятий, дифференциации услуг и товаров. Все сложнее становится определить границы определенного рынка, посчитать конкурентов и сформировать список конкурирующих продуктов. Это приводит к тому, что продуктовые методы оценки конкурентоспособности все более реже применяются. Им на смену в 1960- х гг. появляются матричные методы, которые были впервые разработаны американскими консалтинговыми компаниями. Данный метод основан на построении единой матрицы, разработанной с учетом конкурентных процессов в динамике, определении места изучаемого предприятия и выбора маркетинговой стратегии. При анализе в данной методике учитывается жизненный цикл продукции предприятия. Наиболее конкурентоспособными считаются те предприятия, которые занимают относительно высокую долю на быстрорастущем рынке. Изучением данных методов занимались такие ученые как М. Портер, И. Ансофф и многие другие². Наиболее известным методом определения конкурентоспособности организации является матрица Бостонской консалтинговой группы (BostonConsultingGroup, далее - БКГ) "доля рынка - темпы роста продаж"³. Данный метод позволяет выявить наиболее перспективные и, наоборот, самые слабые продукты или отрасли компании. Для построения таблицы в первую очередь необходимо собрать исходные данные, а именно составить список тех товаров и отраслей, которые будут анализи-

роваться с помощью матрицы БКГ, собрать данные по объемам продаж и также собрать аналогичные данные по продажам основного конкурента. Далее необходимо вычислить темпы роста рынка за год. Потом следует вычислить относительную долю рынка. Следует отметить, что чем больше доля рынка, тем меньше уровень издержек и тем больше уровень прибыли⁴. И на последнем этапе строится непосредственно матрица БКГ.

Таким образом, все товары и услуги предприятия делятся на четыре типа:

1) "Звезды" - это лидеры рынка. Они приносят основную прибыль благодаря тому, что обладают высокой конкурентоспособностью, но также нуждаются в финансировании для поддержания высокой доли динамичного рынка.

2) "Дойные коровы" - характеризуются низкими темпами роста и большой долей рынка. Они не требуют большой для финансирования и приносят достаточно хорошую прибыль.

3) "Трудные дети" - характеризуются высокими темпами роста, но относительно низкой долей рынка. Необходимы большие финансовые вложения для того, чтобы удержать и увеличить долю рынка.

4) "Собаки" - характеризуются низкой долей рынка и низкой скоростью роста. Они приносят доход, достаточный для поддержания самой компании в рабочем состоянии, но у них нет возможности для инвестирования в другие проекты.⁵

Преимущество этого метода состоит в том, что, если компания обладает достоверной информацией об объемах реализации продукции, он обеспечивает высокую репрезентативность оценки

К недостаткам метода можно отнести невозможность анализа причин происходящего, что усложняет разработку управленческих решений.

Дальнейшее развитие матричных методов и теории оценки конкурентоспособности продукции и конкуренции в целом привело к появлению операционных методов оценки конкурентоспособности фирм. За основу берется эффективность деятельности каждого подразделения и отрасли предприятия. Согласно этой теории, наиболее конкурентоспособными являются те компании, где лучше всего организована работа всех отделов и служб.

Комплексный подход является методом, объединяющим величину текущей конкурентоспособности компании и его конкурентного потенциала. Показатели оценки конкурентоспособности определяются экспертным путем на основании различных оценочных таблиц и матриц. К достоинствам подхода можно отнести то, что он учитывает не только текущий уровень конкурентоспособности компании, но и его возможную динамику в будущем. В то же время в данном подходе повторяются недостатки ранее рассмотренных методов⁶.

Таким образом, можно сделать вывод о том, универсальной методики оценки конкурентоспособности предприятия в настоящее время не существует. Это связано с тем, что каждый из существующих подходов обладает рядом не-

достатков Выбор того или иного метода оценки конкурентоспособности должен зависеть от целей и задач, которые на текущий момент предприятие ставит перед собой, а также бюджета, который оно может выделить на проведение оценки конкурентоспособности.

¹ Лазаренко А. А. Методы оценки конкурентоспособности / А.А. Лазаренко // Молодой ученый. - 2014. - № 1. - С. 374-377.

² Белостокова В. Ю. Анализ методов оценки конкурентоспособности компании на промышленном рынке / В.Ю. Белостокова // Управление экономическими системами. - 2015. - №7. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://uecs.ru/uecs-79-792015>.

³ Волков Д. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий теоретико-методологические подходы / Д. Волков // Социальные и экономические системы - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://legacy.stu.lipetsk.ru/files/materials/3718/2010_1_020.pdf

⁴ Головачев А. С. Конкурентоспособность организации: учеб.пособие / А. С. Головачев. - Минск: Высш. шк., 2012. - 319 с.

⁵ Ахмедова Л.А., Сулейманова Д.А. Методические аспекты анализа эффективности бизнеса//Экономика и предпринимательство. - 2016. -№ 11-3 (76). -С. 1034-1037.

⁶ Сулейманова Д.А. Рыночная устойчивость хозяйствующих субъектов: оценка факторов ее обеспечения и методические аспекты анализа Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 3: Общественные науки- 2016. -Т. 31. № 2-. С. 22-27.

METHODS AND ANALYTICAL PROCEDURES FOR ESTIMATING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

© 2019 Gasanova Aminat Yahyaevna
Student

Dagestan State University, Makhachkala
E-mail: aminagasanova07@mail.ru

The article analyzes the modern methods for evaluating the competitiveness of enterprises and their classification. The necessity of analyzing the methods of assessing competitiveness with the aim of choosing the most optimal of them, taking into account the specifics of a particular company and the required results, is substantiated. For the analysis I have chosen the classical classification of methods for assessing the competitiveness of an economic entity, it was determined that the choice of any specific method for assessing competitiveness should depend on the goals and objectives that the company has set for itself, as well as on the budget, which it focuses on and can be allocated to the assessment of competitiveness.

Keywords: competitiveness, enterprise, methods, assessment, analysis, complex.