

УДК 339.137.2

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Кузубов А.А.

*ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»,
Владивосток, e-mail: alexceyk@gmail.com*

Проведен анализ теоретико-методических подходов и критериев к оценке конкурентоспособности предприятий, указано, что в настоящее время отсутствует единая методика комплексной количественной оценки конкурентоспособности, выделены основные методологические направления и принципы данной оценки. Как показали исследования, конкурентоспособность предприятия определяют показатели, которые характеризуют конкурентоспособность продукции, финансовое состояние и имидж предприятия, эффективность сбыта и продвижения товаров, эффективность производства. Конкретный набор показателей зависит от метода оценки конкурентоспособности предприятия. Доказана актуальность и целесообразность оценки конкурентоспособности предприятий, которое позволяет определить положение на определенном рынке, разработать стратегические и тактические меры эффективного управления, выбрать партнеров для организации совместной деятельности, привлечь средства в производство; составить программы выхода предприятия на новые рынки сбыта.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, методы оценки конкурентоспособности, эффективность управления

APPROACHES AND CRITERIA FOR EVALUATION OF THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

Kuzubov A.A.

Vladivostok State University of Economics and Service, Vladivostok, e-mail: alexceyk@gmail.com

The analysis of theoretical and methodological approaches and criteria to the evaluation of the competitiveness of enterprises stated that currently there is no uniform method of a complex quantitative estimation of competitiveness highlights the main methodological directions and principles of this assessment. Studies have shown that the competitiveness of the enterprise define parameters that characterize the competitiveness of products, financial condition and image of the company, the effectiveness of the marketing and promotion of products, production efficiency. A specific set of indicators depends on the method of assessing the competitiveness of enterprises. The urgency and feasibility assessment of the competitiveness of enterprises, which allows determining the position on a particular market, to develop a strategic and tactical measure of good governance, choose partners for joint activities to raise funds in the industry; exit program to make the company into new markets.

Keywords: competitiveness of enterprises, methods of assessing competitiveness, the effectiveness of management

Важнейшая задача управления конкурентоспособностью предприятия в условиях рынка заключается в обеспечении возможности достижения различными средствами и методами необходимых конкурентных преимуществ. Одновременно с теоретическими исследованиями сути конкуренции и конкурентоспособности в экономической литературе обсуждается проблема практической оценки конкурентоспособности. Изучение конкурентов и условий конкуренции требуется предприятию в первую очередь для того, чтобы определить, в чем его преимущества и недостатки перед конкурентами, и сделать выводы для разработки собственной успешной конкурентной стратегии и поддержания конкурентных преимуществ [10].

Определение и оценка конкурентоспособности предприятия как неотъемлемого элемента его деятельности необходимы, в первую очередь для разработки меропр-

ятий по повышению конкурентоспособности, выбора контрагентов для совместной деятельности, составления программы выхода предприятия на новые рынки сбыта, осуществления инвестиционной и инновационной деятельности.

Анализ экономической литературы по данной проблематике свидетельствует о неоднозначности методических подходов к исследованию конкурентоспособности, которые обуславливают и множественность используемых методик ее оценки, что преимущественно носят не описательный, а экономический, количественный характер. Показатель конкурентоспособности отражает существенные итоги деятельности и будущие возможности всех служб и подразделений предприятия, а также его способность реагировать на изменения факторов внешней среды [1, 6].

По мнению некоторых исследователей [2], конкурентоспособность предприятия выражается через многоуровневую

иерархию факторов, где верхний уровень – доля рынка – напрямую зависит от достигнутой конкурентоспособности, второй уровень определяет ее потенциальную конкурентоспособность, третий и четвертый – качество управления, пятый уровень – характеризует достигнутые экономические результаты.

Классификация методов оценки конкурентоспособности предприятия предусматривает их разделение на отдельные группы по определенному признаку. Чаще всего таким признаком выступает форма представления результатов оценки, в зависимости от которой методы дифференцируют на группы: матричные методы, графические методы, методы оценки конкурентоспособности предприятия по рыночной доле, комплексные методы, а также методы, основанные на теории эффективной конкуренции, теории фирмы и отрасли, теории качества товара (в частности, на теории маркетинга), теории мультипликаторов, теории сравнению с эталоном [8].

Метод, основанный на анализе сравнительных преимуществ предприятий-конкурентов по отношению между уровнем рентабельности в стратегической зоне хозяйствования (СЗХ) и оптимальным уровнем возможной рентабельности в будущем, рассчитывается по формуле

$$K_{\text{эф}} = \frac{P_c}{P_o} = \frac{K_c - K_k}{K_o - K_k} \cdot \alpha,$$

где $K_{\text{эф}}$ – коэффициент отношения уровня рентабельности предприятия и его конкурента; P_c – ожидаемая рентабельность; P_o – оптимальный уровень возможной рентабельности; K_c – уровень фактических стратегических капиталовложений; K_k – критическая точка объемов; K_o – точка оптимального объема; α – стратегический норматив.

Эта формула означает, что при условии оптимальности стратегии и мобилизационных возможностей предприятия его конкурентный статус будет определяться отношением его вложений в данную (стратегическую зону хозяйствования (СЗХ) до того уровня, который необходим для оптимальной рентабельности [9].

Достаточно распространены методы определения конкурентоспособности предприятия, основанные на теории эффективной конкуренции [8]. Их сторонники считают, что при анализе конкуренции на уровне отрасли необходимо обращать внимание на соперничество предприятий, поскольку именно результат их деятельности формирует состояние отрасли. В рамках этой теории существуют два основных подхода к определению критерия конкурентоспособности: структурный и функциональный [3].

Согласно структурному подходу положение предприятия можно оценить на основе знания уровня монополизации отрасли, то есть концентрации производства и капитала, барьеров для потенциальных конкурентов. Основными преимуществами на пути новых конкурентов являются: экономичность крупномасштабного производства; степень дифференциации продукции; абсолютные преимущества в издержках существующих предприятий; размер капитала, необходимого для организации эффективного производства [3, 7].

Функциональный подход заключается в определении соотношения затраты / цена, загрузки производственных мощностей, объемов выпуска продукции, нормы прибыли. Согласно этому подходу конкурентоспособными являются те предприятия, где лучше организованы производство и сбыт товара, эффективное управление финансами [4].

Согласно теории эффективной конкуренции [8] наиболее конкурентоспособными являются те предприятия, где наилучшим образом организована работа всех подразделений и служб. Оценка эффективности работы каждого из подразделений предполагает оценку эффективности использования ими ресурсов. В основе метода лежит оценка четырех групповых показателей – критериев конкурентоспособности (табл. 1).

К первой группе относятся показатели, характеризующие эффективность управления производственным процессом: экономичность производственных затрат, рациональность эксплуатации основных фондов, совершенство технологии изготовления товара, организацию труда на производстве. Во вторую группу объединены показатели, отражающие эффективность управления оборотными средствами: независимость предприятия от внешних источников финансирования, способность предприятия расплачиваться по своим долгам, возможность стабильного развития предприятия в будущем. В третью группу включены показатели, позволяющие получить представление об эффективности управления сбытом и продвижением товара на рынке средствами рекламы и стимулирования, а в четвертую группу – показатели конкурентоспособности товара (качество товара и его цена) [8].

При оценке конкурентоспособности применяют также метод использования конкурентной карты рынка (ККР), которая строится по двум показателям: занимаемой предприятием рыночной доли и ее динамики. Это позволяет выделить группы предприятий, характеризующие их статус и отличаются уровнем использования конкурентных преимуществ и потенциальной способностью предприятий противостоять давлению конкурентов (табл. 2).

Таблица 1

Критерии и показатели оценки конкурентоспособности предприятия

Критерии и показатели конкурентоспособности	Роль показателя в оценке конкурентоспособности	Правило расчета показателя
1. Эффективность производственной деятельности предприятия		
1.1. Затраты на производство единицы продукции, руб.	Отражает эффективность затрат при выпуске продукции	Валовые расходы / Объем выпуска продукции
1.2. Фондоотдача, тыс. руб.	Характеризует эффективность использования основных производственных средств	Объем выпуска продукции / среднегодовая стоимость основных производственных средств
1.3. Рентабельность товара, %	Характеризует степень прибыльности производства товара	Прибыль от реализации×100 / Полная себестоимость продукции
1.4. Производительность труда, тыс. руб./чел.	Отражает эффективность организации производства и использования рабочей силы	Объем выпуска продукции / Среднесписочная численность работников
2. Финансовое состояние предприятия		
2.1. Коэффициент автономии	Характеризует независимость предприятия от заемных источников	Собственные средства предприятия / Общая сумма источников финансирования
2.2. Коэффициент платежеспособности	Отражает способность предприятия выполнять свои финансовые обязательства и измеряет вероятность банкротства	Собственный капитал / Общие обязательства
2.3. Коэффициент абсолютной ликвидности	Отражает качественный состав средств, являющихся источниками покрытия текущих обязательств	Денежные средства и ценные бумаги, быстро реализуется / Краткосрочные обязательства
2.4. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	Характеризует эффективность использования оборотных средств. Соответствует времени, в течение которого оборотные средства проходят все стадии производства и обращения	Выручка от реализации продукции / Среднегодовой остаток оборотных средств
3. Эффективность организации сбыта и продвижения товаров		
3.1. Рентабельность продаж, %	Характеризует степень прибыльности работы предприятия на рынке, правильность установления цены товара.	Прибыль от реализации x 100% / Объем продаж
3.2. Коэффициент затоваренности готовой продукцией	Отражает степень затоваренности готовой продукцией. Рост показателя свидетельствует о снижении спроса	Объем нерезализованной продукции / Объем продаж
3.3. Коэффициент загрузки производственных мощностей	Характеризует деловую активность предприятия, эффективность работы службы быта	Объем выпуска продукции / Производственная мощность
3.4. Коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта	Характеризует экономическую эффективность рекламы и средств стимулирования сбыта	Расходы на рекламу и стимулирование сбыта / Прирост прибыли от реализации
4. Конкурентоспособность товара		
4.1. Качество товаров	Характеризует способность товара удовлетворять потребности в соответствии с его назначением	Комплексный метод
4.2. Цена товара	Характеризует доступность товара для потребителя	Определяется различными методами

Конкурентоспособность предприятия может быть оценена социологическим методом опроса потребителей, а также методом экспертных оценок,

основой которых является субъективное восприятие уровня развития показателя, зависит от компетентности и опыта экспертов [5].

Матрица формирования конкурентной карты рынка

Темпы прироста рыночной доли (T), %	Доля рынка (D), %			
	Лидеры рынка ($D > 40\%$)	Предприятия с мощной конкурентной позицией ($15\% < D \leq 40\%$)	Предприятия со слабой конкурентной позицией ($5 < D \leq 15\%$)	Аутсайдеры рынка ($D \leq 5\%$)
Организации с быстро улучшающейся конкурентной позицией ($T > 10\%$)	1	5	9	13
Организации с улучшением конкурентной позицией ($5\% < T \leq 10\%$)	2	6	10	14
Организации с ухудшением конкурентной позицией ($-5\% < T \leq 5\%$)	3	7	11	15
Организации с быстро ухудшающейся конкурентной позицией ($T \leq -5\%$)	4	8	12	16

Широкое использование экспертных методов измерения конкурентоспособности предприятия в определенной степени снижает вероятность и объективность результатов оценки конкурентоспособности и снижает качество управления. Вместе с тем применение экспертного подхода при оценке конкурентоспособности в подавляющем большинстве случаев оправдано и объясняется тем обстоятельством, что данная задача является многопараметрической и представляет собой, как правило, сложную, экономико-математическую модель, в которой большинство параметров качественные.

Обобщая результаты исследования методов и критериев оценки конкурентоспособности, можно сделать вывод, что общим недостатком всех проанализированных методов является присутствие субъективизма: не все параметры, которые применяются при оценке по каждому из методов, могут быть количественно выражены; при этом балльная оценка дискретных показателей может носить не объективный характер, что повлияет на достоверность полученного интегрального показателя.

Проанализировав вышеизложенные методические подходы и критерии оценки конкурентоспособности предприятий, считаем целесообразным предложить следующие принципы данной оценки:

- Оценка конкурентоспособности предприятия должна базироваться на ос-

новополагающих принципах системного анализа.

- Уровень конкурентоспособности должен быть оценен в динамике, что обеспечит возможность прогнозирования изменений в будущем.

- Показатели, входящие в выборку, должны отражать важнейшие аспекты деятельности предприятия, но при этом степень корреляции таких показателей должна быть минимальной.

- Оценка конкурентоспособности должна осуществляться на основе нормирования соответствующих показателей.

- Методика оценки должна быть осуществима для предприятия на практике, при условии наличия среди основных конкурентов различных предприятий по масштабам деятельности, объему и структуре товарной массы.

- При оценке необходимо учитывать причины количественных и качественных изменений деятельности предприятия для обеспечения возможности принятия управленческих решений.

- Оценка конкурентоспособности возможна только при наличии объективных методик организационно-экономических мероприятий по управлению ею.

Список литературы

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр Экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление / пер. с англ. под ред. Л.И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 518 с.

3. Ахматова М., Попов Е. Теоретические модели конкурентоспособности // Маркетинг. – 2003. – № 4 (71). – С. 25–38.

4. Виноградов О.А. Методы анализа конкурентоспособности внедрения инноваций на основе маркетинга // Актуальные проблемы экономики. – 2006. – № 1(55). – С. 65–73.

5. Ворожбит О.Ю. Ключевые проблемы низкой конкурентоспособности предпринимательских структур в рыбной промышленности дальневосточного региона // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 2. – С. 311–313.

6. Ворожбит О.Ю. Теоретические и методологические аспекты обеспечения конкурентоспособности рыбохозяйственной деятельности на Дальнем Востоке России / О.Ю. Ворожбит, Т.Е. Даниловских, И.А. Кузьмичева; ред. О.Ю. Ворожбит. – М.: Креатив. экономика, 2013. – 280 с.

7. Завьялов П. Конкурентоспособность и маркетинг // Российский экономический журнал. – 1995. – № 12. – С. 50–55.

8. Клименко С.М., Дуброва О.Г., Барабас Д.О. Управление конкурентоспособностью предприятия: учебное пособие. – К.: КНЭУ, 2006. – 527с.

9. Кузубов А.А. Основные резервы и факторы повышения конкурентоспособности агропромышленных предприятий // сборник материалов III Международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд-во ЦРНС, 2013. – С. 119–125.

10. Рябоконт В.П., Кузубов А.А. Управление конкурентоспособностью агропромышленных предприятий // Экономика АПК. – 2015. – № 7. – С. 85–93.

References

1. Azoev G.L. *Konkurentsia: analiz, strategiya i praktika*. [Competition: analysis, strategy and practice] Moscow 1996. 208p.

2. Ansoff I. *Strategicheskoe upravlenie*. [Strategic management] Moscow, 1989. 518 p.

3. Akhmatova M., Popov E. *Marketing*. [Marketing], no 4 (2003): 25–38 p.

4. Vinogradov O.A. *Actual Problems of Economics Magazine*, no 1 (2006): 65–73 p.

5. Vorozhbit O. Yu. *Problems of Modern Economics*, no 2 (2009): 311–313p.

6. Vorozhbit O.Yu., Danilovskikh T.E., Kuz'micheva I.A. *Teoreticheskie i metodologicheskie aspekty obespecheniya konkurentosposobnosti rybokhozyaystvennoy deyatel'nosti na Dalnem Vostoke Rossii*. [Theoretical and methodological aspects of the competitiveness of the fisheries activities in the Far East Russia]. Moscow 2013. 280 p.

7. Zav'yalov P. *Russian Economic Journal*, no 12 (1995): 50–55p.

8. Klimenko S.M., Dubrova O.G., Barabas D.O. *Upravlenie konkurentosposobnostyu predpriyatiya: uchebnoe posobie*. [Management of competitiveness of enterprises]. Kiev KNEU 2006. 527 p.

9. Kuzubov A.A. *Tsentr razvitiya nauchnogo sotrudnichestva* [Center of Scientific Cooperation]. Novosibirsk, no 3 (2013): 119–125 p.

10. Ryabokon V.P., Kuzubov A.A. *Journal of Economics of AIC*, no 7 (2015): 85–93 p.