

УДК 338.27

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАУКОЕМКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Третьякова В.А., Лебедева О.В.

ФГБОУ ВО «Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана (национальный исследовательский университет)», Москва, e-mail: olga_vasina_98@mail.ru

Статья посвящена рассмотрению проблемы оценки конкурентоспособности научно-технических предприятий, которые соответствовали бы условиям динамичного рынка. Современные условия, как на внутреннем, так и на внешнем рынке, характеризуются некой неустойчивостью и непредсказуемостью. Определение уровня конкурентоспособности предприятия в различных отраслях деятельности является неотъемлемой составляющей жизнедеятельности компании. В первую очередь анализ и изучение конкурентной среды необходимо предприятию, чтобы выявить свои сильные и слабые стороны, определить возможности в будущем и избежать опасности со стороны конкурентов. Также анализ конкурентов поможет стабилизировать положение предприятия на рынке и выйти в лидеры, компаниям приходится создавать механизм постоянного отслеживания изменений, необходимый для быстрого принятия управленческих решений и минимизации рисков. В статье рассмотрены особенности и отличительные черты оценки наукоемкого предприятия. Предложен и охарактеризован критерий конкурентоспособности предприятия, на основе которого было определено понятие «конкурентоспособное предприятие». Также в статье рассмотрены основные способы увеличения уровня конкурентоспособности и роль ее оценки в деятельности предприятия. Рассмотрены и проанализированы наиболее часто используемые методы оценки конкурентоспособности предприятия и соотнесены относительно области хозяйственной деятельности предприятия.

Ключевые слова: предприятия, конкурент, конкурентоспособность предприятия, оценка конкурентоспособности, методы оценки, конкурентный потенциал

METHODS FOR ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF A HIGH-TECH ENTERPRISE

Tretyakova V.A., Lebedeva O.V.

Bauman Moscow State Technical University (National Research University), Moscow, e-mail: olga_vasina_98@mail.ru

The article is devoted to the consideration of the problem of assessing the competitiveness of scientific and technical enterprises that would correspond to the conditions of a dynamic market. Modern conditions both in the domestic and foreign markets are characterized by some instability and unpredictability. Determining the level of competitiveness of an enterprise in various industries is an integral part of the life of a company. First of all, the analysis and study of the competitive environment is necessary for the enterprise in order to identify its strengths and weaknesses, determine opportunities in the future and avoid danger from competitors. Also, the analysis of competitors will help to stabilize the position of the enterprise in the market and become a leader, companies have to create a mechanism for constant monitoring of changes necessary for quick management decisions and minimization of risks. The article discusses the features and distinctive features of the assessment of a knowledge-intensive enterprise. The criterion of the competitiveness of an enterprise was proposed and characterized, on the basis of which the concept of «competitive enterprise» was defined. The article also discusses the main ways to increase the level of competitiveness and the role of its assessment in the activities of the enterprise. The most frequently used methods for assessing the competitiveness of an enterprise are considered and analyzed and correlated with respect to the field of economic activity of the enterprise.

Keywords: enterprises, competitor, enterprise competitiveness, competitiveness assessment, assessment methods, competitive

На сегодняшний день именно цена и качество, которые удовлетворяют как потребителя, так и продавца, способствуют эффективному развитию предприятий и экономики в целом. Основополагающим показателем, который может охарактеризовать удовлетворенность всех субъектов, является конкурентоспособность. Определение и поддержание высокого уровня конкурентоспособности является важной проблемой для многих предприятий. Решение данной проблемы кроется в качественном анализе всех этапов жизненного цикла продукции и предприятия в целом. Важно во-

время выявить узкие места компании относительно всех конкурентов и своевременно их устранить [1].

Цель исследования – выявление основных и наиболее используемых методик оценки конкурентоспособности предприятий различных областей деятельности.

Набор параметров и свойств продукции помогает определить превосходство продукции предприятия относительно продукции конкурентов, а количественная и качественная оценка данных параметров позволяет предприятию формировать выигрышную политику ведения бизнеса, а так-

же оптимально распределить ресурсы предприятия для достижения максимального уровня конкурентоспособности.

Для того чтобы правильно сформировать конкурентную политику, необходимо понимать, какие движущие силы могут повлиять на ее уровень, а также необходимо четко определять методы и механизмы определения этого уровня [2].

Материалы и методы исследования

В ходе анализа большого количества определений конкурентоспособности предприятия, которые представлены в [3] для различных субъектов рынка, а именно для самого предприятия, для потребителя, для конкурентов, было сформировано единое определение. Конкурентоспособность наукоемкого предприятия представляет собой возможность удовлетворять потребности потребителей с выполнением соотношения цены и качества основных параметров, важных для потребителя относительно товаров конкурента, а также возможность по максимуму использовать ресурсы предприятия для максимального расширения и развития рынка, а также экономики в целом.

На сегодняшний день известно множество способов увеличения уровня конкурентоспособности предприятия и продукции в целом. К таким способам можно отнести: закупку более качественного сырья и комплектующих; снижение цен на собственный продукт относительно цен конкурентов; удобное и более выгодное географическое положение производств и всей инфраструктуры предприятия; использование собственных технологий при производстве и проектировании производства; ведение четкой и грамотной продуктовой и инновационной политики. Предприятие должно предлагать покупателям то, что они считают наиболее приемлемым для себя: хороший товар по низкой цене или товар улучшенного качества, но дороже.

Оценку конкурентоспособности необходимо рассматривать как постоянный процесс исследования с целью обеспечения успеха на рынке. Данные, полученные при оценке, эффективны в том случае, если они рассматриваются не только как информационное средство, но и как средство, обеспечивающее руководство предприятия необходимыми данными для улучшения потенциальных возможностей [4].

Оценка конкурентоспособности на основе рейтинговой оценки

- Включает в себя параметрический анализ. Однако, выводы делаются уже на базе количественного сравнения, а именно, полученные показатели при оценке показателей взвешиваются по степени относительной важности. Для определения места предприятия в рейтинге среди конкурентов, необходимо рассчитать совокупную балльную оценку, используя систему показателей

Оценка конкурентоспособности на основе расчета рыночной доли

- На рынке региона, страны или мира в целом доля рынка, занимаемая предприятием, является одним из главных показателей, который характеризует конкурентоспособность относительно всех субъектов, находящихся на рынке

Оценка конкурентоспособности на основе нормы потребительской стоимости

- рассматривает не конкретный товар или услугу, а совокупность всех видов решений, принятых при реализации товаров, а именно, маркетинговые, управленческие и организационные

Оценка конкурентоспособности на основе теории эффективной конкуренции

- Фундаментом данного метода является оценка основных четырех групп показателей конкурентоспособности. Конкурентоспособным предприятием является, то предприятие, в котором работа всех подразделений и служб организована наилучшим образом

Метод оценки на основе определения операционной эффективности и стратегического позиционирования

- Включает в себя анализ оперативной эффективности его деятельности, инновационной активности и рыночной адаптивности, что позволяет понять, насколько эффективно предприятие использует имеющиеся ресурсы

Многоугольник конкурентоспособности

- Предоставляет предприятию возможность графически отобразить достоинства и недостатки оцениваемого предприятия и конкурентов

Матрица «Шелл»

- Построения матрицы помогает учесть длительность фаз жизненного цикла, технологии и скорость роста спроса, одним словом, факторы нестабильности

Для эффективной оценки конкурентоспособности необходимо правильно выбрать метод и подход для оценки. Существует большое множество расчетных и расчетно-графических методов оценки конкурентоспособности. Каждый из методов имеет свои особенности преимущества и недостатки. Рассмотрим основные и значимые методы в определении и оценке уровня конкурентоспособности предприятия [5, 6].

На основании разобранных методов оценки конкурентоспособности можно сделать сравнительную таблицу по основным наиболее важным показателям (табл. 1) [6, 7].

Также из анализа всех данных о существующих методах оценки конкурентоспособности можно выделить их преимущества и недостатки, которые помогут компаниям и предприятиям, опираясь на них, выбрать наиболее подходящий метод для оценки своего положения на рынке среди существующих и потенциальных конкурентов [8].

Результаты исследования и их обсуждение

Основываясь на данных табл. 1 и 2, можно сформировать представление, для каких предприятий какая оценка будет лучше всего подходить. Для рассмотрение выделим основные категории предприятия, а именно: научно-производственное, производственное, транспортно-экспедиторское, предприятия и предприятия в сфере услуг (банки, консалтинговые компании, здравоохранение, страхование, строительные).

Для предприятий в области научного производства больше всего подходят такие методы, как метод рейтинговой оценки, оценка конкурентоспособности на основе нормы потребительской стоимости. Также можно применять оценку конкурентоспособности на основе расчета рыночной доли, метод оценки на основе определения операционной эффективности и стратегического позиционирования, многоугольник конкурентоспособности и матрицу «Шелл». Это связано с тем, что научная деятельность является неопределённой и сложно прогнозируемой и ее потенциал и дальнейшее развитие очень сложно оценить без привлечения экспертов. Поэтому экспертная оценка, которая лежит в основе данных методов, оптимальна для такого вида деятельности.

Что касается производственных предприятий, то любой из перечисленных методов может быть полезен при оценке конкурентоспособности предприятия. Это связано с тем, что производственная деятельность включает в себя большое количество этапов и фаз. Относительно определенной фазы и этапа можно применить

разные методы. На этапе зарождения идеи или проектирования нового продукта логично применять методы, содержащие в себе экспертную оценку, такие как рейтинговая оценка, многоугольник конкурентоспособности. Что касается этапа самого производства и последующих этапов, логичнее применять такие методы, как оценку конкурентоспособности на основе расчета рыночной доли, метод оценки на основе определения операционной эффективности и стратегического позиционирования, так как есть уже показатели непосредственной эффективности производства, как оперативные, так и стратегические.

Что касается транспортно-экспедиторских компаний, больше всего подходит оценка конкурентоспособности на основе расчета рыночной доли, оценка конкурентоспособности на основе нормы потребительской стоимости, оценка конкурентоспособности на основе теории эффективной конкуренции, многоугольник конкурентоспособности, матрица «Шелл». Данные методы подходят, так как они включают в себя все самые важные оценки хозяйственной деятельности. Методы направлены на оценку предприятий по параметрам эффективности работы подразделений.

Все отрасли сферы услуг: страхование, здравоохранение, консалтинг, банковские услуги – могут оцениваться при помощи многоугольника конкурентоспособности, матрицы «Шелл» и оценки конкурентоспособности на основе теории эффективной конкуренции. Что касается первых двух методов (многоугольник конкурентоспособности и матрица «Шелл»), в их основании лежит графический метод определения конкурентной позиции. Данные методы применяются при оценке любого предприятия, так как они являются наиболее наглядными и простыми для понимания и принятия решений в сфере услуг. А что касается оценки теории эффективности конкурентов, то данная оценка позволяет учитывать все факторы и показатели деятельности компании и позволяет сравнивать деятельность компании с многочисленными конкурентами, которые действуют в сфере услуг.

Заключение

Таким образом, под конкурентоспособностью предприятия понимается возможность эффективной деятельности предприятия по всем направлениям и ее практической прибыльной реализации в условиях конкуренции. Стабильное существование на рынке может быть обеспечено умением эффективно использовать свой производственный, научно-технический, трудовой, финансовый потенциал [8].

Таблица 1

Сравнительная таблица методов оценки конкурентоспособности

Критерии сравнения	База метода	Оценка конкурентоспособности на основе рейтинговой оценки	Оценка конкурентоспособности на основе расчета рыночной доли	Оценка конкурентоспособности на основе нормы потребительской стоимости	Оценка конкурентоспособности на основе теории эффективной конкуренции	Метод оценки на основе определения операционной эффективности и стратегического позиционирования	Многоугольник конкурентоспособности	Матрица «Шелл»
Область применения	Экспертный метод	Экспертный метод	Экспертный метод	Экспертный метод	Экспертный и сравнительный метод	Интегрально-индексный метод	Экспертно-графический метод	Расчетно-графический метод
Способ определения конкурентоспособности	Научно-производственные предприятия	Производственные, торговые, строительные, транспортно-экспедиторские и в какой-то части даже научно-производственные	Производственные, транспортно-экспедиторские и научно-производственные предприятия	Производственные, транспортно-экспедиторские, торговые	Промышленные предприятия и научно-производственные	Промышленные предприятия и научно-производственные	Производственные, торговые, строительные, транспортно-экспедиторские и в какой-то части даже научно-производственные	Производственные, торговые, строительные, транспортно-экспедиторские и в какой-то части даже научно-производственные
Подход к оценке	Экспертный метод	Экспертный метод	Экспертный метод	Экспертный метод	Экспертный и сравнительный метод	Интегрально-индексный метод	Экспертно-графический метод	Расчетно-графический метод
Период оценки	Экспертный метод	Экспертный метод	Экспертный метод	Экспертный метод	Экспертный и сравнительный метод	Интегрально-индексный метод	Экспертно-графический метод	Расчетно-графический метод
Представление результатов	По итогу расчета получается итоговый балл предприятия	Результатом оценки является значение, полученное расчетным способом, на базе которого можно графически отобразить результат	Результатом оценки является значение, полученное расчетным способом, на базе которого можно графически отобразить результат	Результатом оценки является значение, полученное расчетным способом, на базе которого можно графически отобразить результат	Результатом оценки является значение, полученное расчетным способом, на базе которого можно графически отобразить результат	Результатом оценки является значение, полученное расчетным способом, на базе которого можно графически отобразить результат	Результатом оценки является значение, полученное расчетным способом, на базе которого можно графически отобразить результат	Результатом оценки является значение, полученное расчетным способом, на базе которого можно графически отобразить результат
Может оценить текущее состояние на рынке	Может оценить текущее состояние на рынке	Может оценить текущее состояние на рынке	Может оценить текущее состояние на рынке	Может оценить текущее состояние на рынке	Может оценить текущее состояние на рынке	Может оценить текущее состояние на рынке	Может оценить текущее состояние на рынке	Может оценить текущее состояние на рынке
Может оценить потенциал в будущих периодах	Может оценить потенциал в будущих периодах	Может оценить потенциал в будущих периодах	Может оценить потенциал в будущих периодах	Может оценить потенциал в будущих периодах	Может оценить потенциал в будущих периодах	Может оценить потенциал в будущих периодах	Может оценить потенциал в будущих периодах	Может оценить потенциал в будущих периодах

Таблица 2

Преимущества и недостатки методов оценки конкурентоспособности

Метод	Плюсы	Минусы
Оценка конкурентоспособности на основе рейтинговой оценки	Рейтинговая оценка позволяет учитывать не только материальные активы предприятия, но и нематериальные активы. Позволяет произвести анализ не только конкурентоспособности предприятия, но и товаров и услуг, которые предоставляет предприятие	Высокий уровень субъективности расстановки экспертных оценок, необходимо применение анализа согласованности эксперта
Оценка конкурентоспособности на основе расчета рыночной доли	Данный метод позволяет сравнить предприятия из разных отраслей, сопоставимых с позиции эффективности, отражает и учитывает текущее положение на рынке	Основа на прошлом, нет учета будущих ожиданий. Труднопоспособные данные. Необходимо обладать данными предприятий конкурентов
Оценка конкурентоспособности на основе нормы потребительской стоимости	Позволяет с большой вероятностью определить реальные потребности потребителя. Учитывает не конкретный товар, а решения, принятые руководством предприятия	Высокий уровень субъективности расстановки экспертных оценок, необходимо применение анализа согласованности эксперта
Оценка конкурентоспособности на основе теории эффективной конкуренции	Учет разнообразных элементов деятельности компании и устранение повторения показателей	В основу метода положена идея о том, что уровень конкурентоспособности предприятия можно определить при помощи сложения способностей предприятия к достижению конкурентных преимуществ. Но сумма разнообразных элементов такой сложной системы, как предприятие, чаще всего не приводит к тому же результату, как и вся система в целом
Метод оценки на основе определения операционной эффективности и стратегического позиционирования	Учитывает все источники формирования конкурентоспособности предприятия, а также позволяет получить количественную оценку	Не позволяет разграничивать понятия между отраслями и рассматривает разноотраслевые предприятия на одном уровне
Многоугольник конкурентоспособности	Достаточно легкое использование для оперативного анализа ситуации на рынке. Наиболее наглядный и доступный метод	Высокий уровень субъективности расстановки экспертных оценок, необходимо применение анализа согласованности эксперта. Если много параметров сравнения, то график получается громоздким и трудно читаемым
Матрица «Шелл»	Позволяет объединить качественные и количественные переменные в единую параметрическую систему; Учитывает длительность фаз ЖЦ, технологии скорости роста спроса	Тяжело определить оптимальное число параметров, необходимое для анализа, и выбор наиболее значимых из них. Этот выбор очень условен

В условиях постоянной динамики рыночной экономики необходимо постоянно мониторить и анализировать внешнюю и внутреннюю среду, которая окружает предприятие. Конкурентная среда становится все более и более жесткой по степени взаимовлияния всех сил и степени конкуренции.

Основой конкурентоспособности предприятия являются операционная эффективность и стратегическое позиционирование, характеризующее адаптивность этого предприятия в условиях внешней среды, а также инновационность во всех сферах деятельности.

Список литературы

1. Одесс В.И. Конкурентоспособность предприятий машиностроения // Маркетинг. 2012. № 2. С. 102–109.
2. Мокроносов А.Г., Маврина И.Н. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2014. 194 [2] с.
3. Мокроносов А.Г., Маврина И.Н. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие. Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2014. 194 с.
4. Ахматова М., Попов Е. Теоретические модели конкурентоспособности // Маркетинг PRO. 2015. № 4. С. 25–38.
5. Экономика отраслевых рынков: учебное пособие для бакалавров: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям. Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. М.: Юрайт, 2013. 907 с.
6. Гусева М.Н. Конкурентоспособности организации на каждом этапе жизненного цикла // Бизнес в законе. 2011. № 5. С. 179–182.
7. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: пер. с англ. 4-е изд. М.: Альпина Паблишер, 2011. 453 с.
8. Белоусова С.Н. Маркетинг: учеб. пособие. Ростов н/Д.: Феникс, 2013. 256 с.
9. Боровских Н.В., Паскевич Е.В. Обеспечение конкурентоспособности предприятия // Молодой ученый. 2017. № 3 (137). С. 299–302.