

АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ

Кормильцева Е.А., Головкина Е.В.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва,
e-mail: e.kormilceva@bk.ru*

В текущей экономической ситуации с введением ограничений и экономических санкций особую значимость приобретает проблема «выживания» предприятия на отечественном рынке и развития преимуществ для победы в конкурентной борьбе. В связи с этим руководству предприятия необходимо уделять особое внимание вопросам роста конкурентоспособности компании. При этом в силу отсутствия единого подхода для анализа конкурентоспособности часто возникают сложности с выбором методов и инструментов проведения оценки уровня конкурентоспособности. Содержание статьи является результатом деятельности творческого исследовательского коллектива преподавателей и студентов Омского филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. В статье описаны методы оценки конкурентоспособности предприятия, выделены их преимущества и недостатки. Более подробно рассмотрен метод построения многоугольника конкурентоспособности, проанализированы этапы использования этого метода. На примере действующей компании г. Омска проведены анализ ее конкурентоспособности, а также сравнение с предприятием-конкурентом. Проведенное исследование дало возможность студентам повысить уровень своих научно-исследовательских навыков. По результатам исследования сделаны выводы и предложены рекомендации по росту конкурентоспособности. Результаты проведенной работы могут быть применены для оценки конкурентоспособности предприятия любой сферы функционирования.

Ключевые слова: конкурентоспособность, методы оценки конкурентоспособности, многоугольник конкурентоспособности, таблица конкурентоспособности, экспертные оценки

ANALYSIS OF METHODS FOR ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF THE COMPANY

Kormiltseva E.A., Golovkina E.V.

*Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: e.kormilceva@bk.ru*

In the current economic situation with the introduction of restrictions and economic sanctions, the problem of «the survival» of the enterprise in the domestic market and the development of advantages for winning the competition is of particular importance. In this regard, the company's management needs to pay special attention to the issues of increasing the competitiveness of with the choice of methods and tools for assessing the level of competitiveness of the company. At the same time, due to the lack of a unified approach for analyzing competitiveness, difficulties often arise with the choice of methods and tools for assessing the level of competitiveness. The content of the article is the result of the activity of a creative research team of teachers and students of the Omsk branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation. The article describes methods of assessing the competitiveness of an enterprise, highlights their advantages and disadvantages. The method of constructing the competitiveness polygon is considered in more detail. On the example of an operating company in Omsk, an analysis of its competitiveness was carried out, as well as a comparison with a competitor enterprise. The study made it possible for students to improve their research skills. Based on the results of the study, conclusions were drawn and recommendations for increasing competitiveness were proposed. The results of the work carried out can be applied to assess the competitiveness of an enterprise in any sphere of functioning.

Keywords: competitiveness, methods of assessing competitiveness, competitiveness polygon, competitiveness table, peer reviews

В условиях сложной экономической ситуации в стране и внешнеэкономического давления обостряется проблема конкурентоспособности российских предприятий, их «выживания» и готовности реагировать на вызовы внешней среды. Конкурентоспособность предприятия как его способность вовремя реагировать на изменение условий внешней среды, приспосабливаться к ним и вести успешную деятельность на рынке является важнейшим фактором безопасности и устойчивости предприятия. В рамках многофакторности деятельности коммерческой организации поддержание высокого уровня конкурентоспособности представ-

ляется одним из условий, обеспечивающих эффективность ее работы, поэтому проблему роста конкурентоспособности необходимо учитывать при разработке стратегии развития предприятия как фактор его успешного функционирования на конкурентном рынке.

В статье отражены результаты научно-исследовательской работы творческого коллектива преподавателей и студентов Омского филиала Финансового университета при Правительстве РФ по теме: «Учет многофакторности деятельности коммерческих организаций как условие эффективности их работы».

Цель исследования – на основе изучения и анализа различных методов оценки конкурентоспособности предприятия реализовать один из них на практике для оценки уровня конкурентоспособности конкретной организации. Объектом исследования выступает компания, осуществляющая деятельность в г. Омске: ООО «Аудиторско-консалтинговая группа “Бизнес Сопровождение”».

Материалы и методы исследования

Для достижения конкурентоспособности компанией первостепенную роль играет ее оценка. Важность осуществления оценки конкурентоспособности предприятия состоит в необходимости разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности, созданию востребованной продукции, поиску контрагентов, расширению деятельности на новых рынках сбыта, осуществлению инвестиций [1]. Компании функционируют в динамичной среде, подвергающейся постоянным изменениям, поэтому анализ уровня конкурентоспособности необходимо проводить на регулярной основе с учетом релевантной информации о внутренней и внешней среде.

Поскольку конкурентоспособность является сложной категорией и складывается под влиянием огромного разнообразия внутренних и внешних факторов, проблема ее оценки довольно трудная и имеет комплексный характер. Кроме того, применяемые методики оценки недостаточно хорошо проработаны и отсутствует единый общепринятый подход. В связи с этим компании используют собственные способы анализа конкурентоспособности, из-за чего результаты по ним у компаний-конкурентов сильно разнятся. Это приводит к принятию неверных управленческих решений и негативным последствиям для развития конкурентных преимуществ.

В экономической литературе можно встретить множество методов оценки уровня конкурентоспособности предприятия, которые могут быть объединены в две большие группы. В первую группу включаются методы, основанные на определении конкурентоспособности продукции предприятия, так называемые продуктовые методы [2]. Они не учитывают влияние на предприятия всего комплекса факторов, поэтому данные методы можно назвать малообоснованными. При применении продуктовых методов конкурентоспособность предприятия определяется на основе показателей конкурентоспособности отдельных видов продукции и их удельных весов в общем объеме

реализации. Учет продукции предприятия как одного из важнейших компонентов его общей конкурентоспособности является несомненным преимуществом данного подхода. Вместе с тем ограничение только лишь одним фактором конкурентоспособности, а также сложности определения конкурирующих товаров в силу их дифференциации можно отнести к недостаткам продуктовых методов.

В отличие от методов, включаемых в первую группу, методы второй группы базируются на системном подходе при оценке конкурентоспособности предприятия, поэтому их можно считать научно обоснованными. Они состоят в выборе системы показателей (экономических, финансовых, социальных и т.д.), определении их числовых значений и проведении расчета интегральной оценки по соответствующей формуле [3].

Оценка конкурентоспособности компании также может проводиться с использованием экономических коэффициентов, характеризующих финансовое состояние предприятия.

Интегральный показатель конкурентоспособности организации определяется по следующей формуле [4]:

$$K = \sum_{i=1}^N W_i K_i,$$

где K_i – частные показатели конкурентоспособности различных аспектов деятельности компании, общее число которых N ;

W_i – вес отдельных факторов в общей сумме.

Мнения экономистов по поводу включения в расчет интегрального показателя тех или иных факторов различаются исходя из их научных представлений и области проводимых исследований. Помимо этого, применение разных способов экспертных оценок весов факторов может исказить результаты анализа и ставит их достоверность и объективность под сомнение.

Кроме того, используются матричные методы оценки уровня конкурентоспособности, в основе которых лежит маркетинговый анализ деятельности предприятия. При этом результаты оценки изображаются в виде различного рода матриц. Например, матрица SWOT-анализа представляет собой таблицу, состоящую из четырех ячеек, в которых обозначаются сильные и слабые стороны предприятия, его потенциальные возможности и угрозы [5].

Еще одним видом матричных моделей выступает матрица Бостонской консалтинговой группы. Ее построение базируется

на оценке двух величин – относительной доли рынка (доля предприятия по отношению к доле самого крупного конкурента на рынке) и темпов роста рынка. Различные виды деятельности предприятия изображаются на матричном поле в виде кругов соответствующего масштабам деятельности размера в одной из четырех областей (высокая доля рынка и низкие темпы роста рынка, высокая доля и высокие темпы роста, низкая доля и низкие темпы роста, низкая доля и высокие темпы роста). Анализ положения отдельных бизнес-областей предприятия позволяет оценить его конкурентные позиции и выработать стратегию.

Матричные методы просты и наглядны, что можно отнести к их преимуществам. Вместе с тем их недостатками являются сильное упрощение факторов, ограниченное применение математического аппарата и количественных оценок, что затрудняет процесс принятия управленческих решений.

Развитие матричных методов привело к выделению отдельной группы инструментов, используемых для оценки конкурентоспособности предприятия, получивших название операционных методов. Они основаны на суждении о том, что, чем лучше организовано функционирование всех подразделений и служб предприятия, тем более конкурентоспособным оно является [6]. Уровень конкурентоспособности зависит от эффективности выполнения отдельных операций. В рамках данного подхода прежде всего определяется перечень осуществляемых предприятием операций и разрабаты-

вается система показателей, позволяющая оценить эффективность операционных процессов. Далее путем сравнения значений показателей с эталонными значениями вычисляются частные коэффициенты эффективности. Итоговый показатель конкурентоспособности предприятия соответствует средневзвешенному значению из частных коэффициентов эффективности, при этом вес каждой операции устанавливается методом экспертных оценок.

Достоинством операционных методов является точность оценки конкурентоспособности предприятия, которая достигается благодаря учету всех направлений деятельности (операций). Недостатками данной группы методов выступают субъективность отбора показателей, их неоднородность и сложность сопоставления, включение в систему слишком большого числа переменных, что приводит к трудоемкости расчетов и повышает стоимость проведения оценки.

В отдельную группу выделяют комбинированные методы оценки конкурентоспособности, которые сочетают в себе методы продуктового и операционного подходов. Суть комбинированных методов состоит в анализе как текущей, так и потенциальной конкурентоспособности предприятия. Их достоинством выступает учет динамики предприятия, то есть рассмотрение его дальнейшего развития, а недостатком является объединение отрицательных сторон продуктового и операционного подходов.

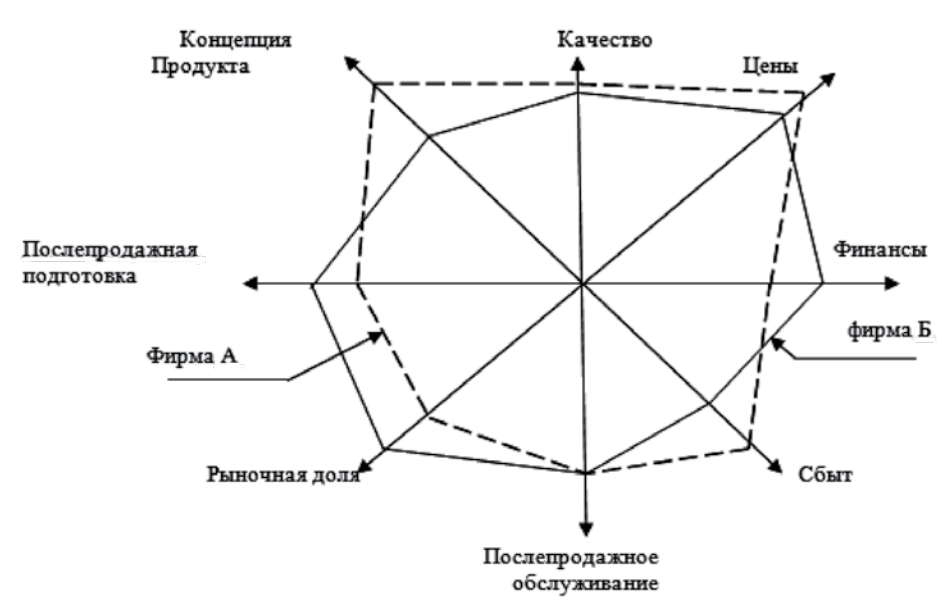


Рис. 1. Многоугольник (радар) конкурентоспособности

При оценке конкурентоспособности предприятия иногда используются методы оценки стоимости бизнеса. Это обусловливается тем, что оценка стоимости предприятия объединяет в себе все его ключевые характеристики, поэтому на ее основе можно проводить сравнение результатов деятельности различных предприятий и определять, как сопоставляются уровни их конкурентоспособности. Методы оценки стоимости бизнеса дают достоверную оценку конкурентоспособности предприятия, но требуют больших затрат на осуществление процедуры оценки.

Удобным и наглядным методом оценки конкурентоспособности предприятия и его сравнения с конкурентами является построение многоугольника (радара) конкурентоспособности (рис. 1). Он представляет собой график, который состоит из векторов, обозначающих различные факторы конкурентоспособности предприятия: концепция продукта, качество, цены, сбыт, рыночная доля и т.д. (пример модели на рисунке 1 содержит 8 факторов). Каждому критерию дается количественная оценка (баллы) на основе мнения экспертов, числовые значения отмечаются точками на соответствующих векторах, а затем точки соединяются [7].

Многоугольники, построенные для предприятий-конкурентов, можно накладывать друг на друга и проводить сравнения, находить сильные и слабые стороны, конкурентные преимущества, сравнивать уровень конкурентоспособности компаний.

Недостатками данного метода являются применение экспертных оценок, которые носят субъективный характер, а также сложности в числовом выражении некоторых факторов. К его достоинствам можно отнести наглядность итоговых результатов, легкость их интерпретации и сравнения с конкурентами.

Результаты исследования и их обсуждение

Рассмотрим применение метода построения многоугольника конкурентоспособности для оценки уровня конкурентоспособности ООО «Аудиторско-консалтинговая группа “Бизнес Сопровождение”» – омской компании, оказывающей консультационные услуги по вопросам финансового консалтинга, бизнес-консалтинга и ИТ-консалтинга. Для сравнительного анализа в роли конкурента выбрана организация ООО «Советник».

Анализ конкурентоспособности предприятия при помощи многоугольника кон-

курентоспособности проводится в пять этапов, на последнем из которых дается количественное выражение полученной оценки в виде индекса конкурентоспособности. Однако вся необходимая информация для дальнейших расчетов формируется в процессе осуществления первых четырех этапов, поэтому именно они имеют наиболее важное значение для раскрытия последовательности реализации метода и получения верных итоговых числовых показателей. В связи с этим в статье более подробно рассмотрено содержание первых четырех этапов исследования.

На первом этапе были определены критерии оценки конкурентоспособности предприятия. Группа экспертов выбрала из них 10 наиболее значимых, с их точки зрения, показателей: цены, ассортимент продукции, качество услуг, режим работы, скорость обслуживания, возможность предоставления услуг на месте заказчика, наличие системы скидок и акций, репутация, наличие сайта компании, наличие интернет-консультирования. Именно данные показатели являлись базой для дальнейшего исследования.

На втором этапе 15 экспертами была проведена оценка ранее выбранных критериев у анализируемых предприятий-конкурентов (ООО «Аудиторско-консалтинговая группа “Бизнес Сопровождение”» и ООО «Советник») по десятибалльной шкале.

На третьем этапе оценки экспертов подверглись обработке, были рассчитаны средние значения оценок отобранных показателей и составлена таблица конкурентоспособности двух компаний (табл. 1).

На четвертом этапе в соответствии с данными таблицы 1 были построены многоугольники конкурентоспособности компаний-конкурентов (рис. 2).

Внутренний и внешний многоугольники отражают предельные границы оценки конкурентоспособности предприятий, а пространство между ними является областью вероятной конкуренции.

По рисунку 2 видно, что оценки отдельных параметров («репутация», «ассортимент предлагаемой продукции» и «качество предлагаемой продукции») для ООО «Аудиторско-консалтинговая группа “Бизнес Сопровождение”» и ООО «Советник» практически совпадают.

Наибольшие же различия наблюдаются по таким критериям, как «режим работы», «скорость обслуживания», «возможность предоставления услуг на месте заказчика», «наличие системы скидок и акций» и «наличие интернет-консультирования».

Таблица конкурентоспособности

Параметры	ООО «Аудиторско-консалтинговая группа «Бизнес Сопровождение»»	ООО «Советник»
Цены	7,78	6,52
Ассортимент предлагаемой продукции	8,18	8,05
Качество предлагаемой продукции	8,65	8,65
Режим работы	6,72	9,25
Скорость обслуживания	7,18	8,92
Возможность предоставления услуг на месте заказчика	7,65	9,05
Наличие системы скидок и акций	6,85	8,25
Репутация	9,25	9,58
Наличие сайта компании	8,05	9,05
Наличие интернет-магазина	5,12	6,92



Рис. 2. Многоугольники конкурентоспособности компаний-конкурентов

По большинству параметров лидирует ООО «Советник», компания является более конкурентоспособной. Так, она расположена ближе к центру города, а также, по мнению экспертов, у нее лучше система скидок и акций, выше скорость обслуживания, удобнее режим работы и больше возможностей доставки продукции.

ООО «Аудиторско-консалтинговая группа «Бизнес Сопровождение»» эксперты дали более высокую оценку, чем ее конкуренту, только по такому показателю, как «цены». Это обуславливается тем, что ООО «Аудиторско-консалтинговая группа «Бизнес Сопровождение»» оказывает более качественные и поэтому более дорогие услуги, чем «Советник».

Многоугольники конкурентоспособности предприятий не достигают внешней границы оценки конкурентоспособности, поэтому можно заключить, что компании обладают резервом роста конкурентоспособности и в перспективе могут повысить свои конкурентные преимущества. Так, при разработке программы стратегического маркетинга компании ООО «Аудиторско-консалтинговая группа «Бизнес Сопровождение»» следует особенно внимательно рассмотреть проблему роста конкурентоспособности и повышения инвестиционной привлекательности для привлечения дополнительных оборотных средств.

Заключение

Таким образом, конкурентоспособность коммерческой организации является одним из важнейших факторов ее успешного и эффективного функционирования. Для принятия правильных управленческих решений по направлению развития конкурентных преимуществ предприятию необходимо систематически проводить оценку уровня конкурентоспособности и сравнивать ее с конкурентами. Для этого разработано множество способов и методов оценки конкурентоспособности. Все они обладают своими достоинствами и недостатками, поэтому при выборе метода нужно учитывать потребности и возможности предприятия, наличие опытных экспертов, применять комплексный подход, сочетающий различные методы, для получения объективной оценки. Кроме того, важно осуществлять поиск единой универ-

сальной методики оценки конкурентоспособности предприятия.

Список литературы

1. Даниленко М.И. Оценка конкурентоспособности предприятия // Вестник Академии знаний. 2020. № 39 (4). С. 152-162.
2. Сучкова Е. А., Харламова И.Ю. Методы оценки конкурентоспособности организации // Молодой ученый. 2020. № 4 (294). С. 156-159.
3. Ежова В.А. Методы оценки и прогнозирования конкурентоспособности предприятий: учебное пособие. СПб.: ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2020. 37 с.
4. Просветов Г.И. Конкуренция: задачи и решения: учебно-практическое пособие. М.: Альфа-пресс, 2019. 344 с.
5. Александров А.К. и др. Конкурентоспособность предприятия (фирмы): учебное пособие / под общ. ред. В.М. Круглика. М.: ИНФРА-М, 2020. 285 с.
6. Щербакова О.Р. Современные методы оценки конкурентоспособности предприятия // Символ науки. 2020. № 10. С. 50-55.
7. Залученов И.В., Бурко О.А. Анализ результатов оценки конкурентных позиций с помощью многоугольника конкурентоспособности // НАУ. 2021. № 36 (63). Т. 3. С. 23-26.