

Косарева М.Н.

Научный руководитель: к.э.н., доцент А.Е. Панягина

Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23

E-mail: marycia002@mail.ru

Методы оценки конкурентоспособности предприятия

Одна из главных целей любой организации – лидерство в конкурентной борьбе. Достижение этой цели зависит как от конкурентоспособности товаров и услуг организации, так и от конкурентоспособности самой фирмы.

Конкурентоспособность – это системная категория, которая обусловлена политическими, экономическими, социальными факторами, при этом обеспечивается экономической стабильностью страны или ее продукции на внутреннем и внешнем рынках [6].

В современных условиях острой конкурентной борьбы предприятия находятся в непрерывном поиске новейших инструментов управления, введения производственных концепций и методов увеличения конкурентоспособности. Последнее требует, прежде всего, квалифицированной оценки достигнутого уровня конкурентоспособности.

В настоящее время разработано большое число методов оценки конкурентоспособности предприятий. Рассмотрим классификацию методов оценки конкурентоспособности, представленную в источнике [5]:

1) Матричные методы являются довольно простыми и позволяют получить четко определенный и хорошо поддающийся интерпретации результат. Они базируются на рассмотрении процесса конкуренции в развитии, при хорошем качестве исходных данных и их корректной оценке обеспечивают объективность в определении конкурентных позиций.

2) Методы, которые базируются на проведении оценки конкурентоспособности продукции, связывают посредством понятия «эффективного потребления» конкурентоспособность предприятия и конкурентоспособность товара. Считается, что конкурентоспособность тем выше, чем выше качество товара и меньше его стоимость. Из числа позитивных качеств данных методов можно охарактеризовать: несложность и показательность проведения оценки. Однако им присущи и недостатки, в частности, эти методы не дают представления о сильных и слабых сторонах деятельности фирмы.

3) Третью группу составляют методы, базирующиеся на теории эффективной конкуренции. В соответствии с этой теорией наиболее конкурентоспособными являются компании, в которых лучшим способом налажена деятельность абсолютно всех подразделений и бизнес-единиц. При этом в рамках данной концепции под «наилучшим способом организации» понимается эффективности деятельности структурных подразделений, что предполагает оценку эффективности использования ресурсов. Данная методика используется преимущественно для исследования промышленных предприятий и включает оценку хозяйственной деятельности по наиболее важным направлениям, исключая дублирование конкретных показателей. Она дает возможность создать общую картину конкурентного положения фирмы на внутреннем и внешнем рынке быстро и точно.

4) Применение групповых методов оценивания конкурентоспособности предприятия осуществляется с использованием метода интегральной оценки, основанного на двух критериях: во-первых, критерии, характеризующем уровень удовлетворения нужд потребителя, во-вторых, критерии эффективности производства. Позитивной особенностью данного метода можно назвать несложность осуществляемых расчётов и возможность конкретно интерпретировать результаты. В то же время серьезным важным недостатком является неполная оценка деятельности предприятия.

Таким образом, для точной оценки и последующего увеличения конкурентоспособности предприятия предлагается ряд методов, которые могут применяться как по отдельности, так и в комплексе, в зависимости от задач оценки. Разнообразие имеющихся на сегодняшний день ме-

тодов предоставляет возможность выбрать тот из них, который представляется оптимальным. В то же время, рассмотрев методы оценивания конкурентоспособности предприятия, можно сделать вывод, что идеального способа до сих пор не выработано, что требует дальнейшего совершенствования методологии и инструментария оценивания конкурентоспособности предприятия.

Литература

1. Грязнова А.Г., Юданов А.Ю. Микроэкономика. Практический подход. – М.: КноРус., 2011.
2. Ильичева И. В. Маркетинг: учебно-методическое пособие / Ульяновск : УлГТУ, 2010. – 229 с.
3. Лазаренко А. А. Методы оценки конкурентоспособности / А. А. Лазаренко // Молодой ученый. — 2014. — №1. — С. 374-377
4. Микроэкономика. Учебник/ под ред. Г.А. Родиной, С.В. Тарасовой.–М.: Юрайт, 2012.
5. Поляничкин Ю. А. Методы оценки конкурентоспособности предприятий / Ю. А. Поляничкин // Бизнес в законе. — 2012. — №3. — С. 191-194
6. Чолахай Э. Р. Международная конкурентоспособность экономики России / Э. Р.Чолахай, И. А. Иваненко // Экономика и управление: проблемы, тенденции, перспективы развития: материалы VI Международной научно-практической конференции (Чебоксары,10 мая 2017 г.). – Чебоксары, 2017. – С. 86–89