

И.Б. Лебедева
к.э.н., доц. каф. учёта и аудита
В.А. Карнаухова
ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный
технический университет», г. Алчевск

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

На сегодняшний день наша экономика довольно нестабильна, поэтому предприятиям достаточно сложно оптимально организовывать свою деятельность. Одним из способов упростить эту задачу является определение конкурентоспособности предприятия. Внедрение в производство данной процедуры поможет определить положение организации на отраслевом рынке, межрегиональном и т. д. Это позволит проанализировать производственную деятельность и принять нужные решения по её улучшению.

В настоящее время отсутствует общепринятая методика оценки конкурентоспособности организации, не создан единый методический подход к определению конкурентных возможностей, что часто приводит к неточным вычислениям, которые, в свою очередь, могут привести к неправильным управленческим решениям.

Как правило, никто не воспринимает методику определения положения организации на рынке в серьёз, и скорее всего, это по ряду причин перечисленных выше. Но, с учётом тех возможностей, которые может дать расчёт конкурентоспособности организации для её деятельности, с нашей точки зрения, следует возлагать ответственность на управленческие отделы хотя бы раз в год проводить подсчёт уровня конкурентоспособности организации в соответствующем сегменте рынка.

Априорный анализ и проведённых исследования существующих методик оценки конкурентоспособности предприятий показали, что наиболее используемыми являются следующие три метода:

Первым наиболее используемым методом оценки конкурентоспособности организации является интегральный показатель — основан на

ряде единичных показателей эффективного использования трудовых, материальных, нематериальных и финансовых ресурсов.

Интегральный показатель конкурентоспособности организации можно определить на основе соотношения ряда показателей, отражающих экономическую эффективность ресурсов двух конкурирующих предприятий. В общем виде конкурентоспособность предприятия представляет собой функцию трех составляющих:

$$КП = f(ПР, ИР, К_{фин}), \quad (1)$$

где ПР, ИР — сравнительная эффективность использования производственных ресурсов (соотношения отдельных пар показателей сравниваемых предприятий по производительности труда, фондоотдаче, материалоотдаче), информационных и интеллектуальных ресурсов;

$K_{фин}$ — коэффициент использования финансового ресурса, который определяется соотношением отдельных пар показателей сравниваемых показателей рентабельности продукции, производства, капитала, продаж, по платежеспособности и кредитоспособности предприятия.

Наряду с преимуществами, которые определяются связью конкурентоспособности предприятия с показателями эффективности и результативности его деятельности, этот метод имеет и недостатки:

– выбор критерия эффективности использования ресурсов предприятия (рентабельность производства или продукции, или капитала, или труда, или продаж; или производительность труда, или материалоёмкость; или показатели финансовой устойчивости предприятия и т. д.);

– выбор базового объекта (предприятия-лидера) для сравнения с учетом соизмеримости характеристик выпускаемой продукции по идентичности удовлетворяемых потребностей, соизмеримости сегментов рынка, для которых предназначена выпускаемая продукция;

Следующим по частоте использования является метод на основе сравнения показателей конкурентоспособности конкретных товаров на конкретном рынке.

Этот метод определения конкурентоспособности предприятия предполагает ее оценку через конкурентоспособность его товаров с учетом весомости реализуемых товаров на рынках. При этом расчет КП осуществляется по формуле:

$$КП = \sum_{i=1}^n \alpha_i \beta_j КП_{ij} \rightarrow 1, \quad (2)$$

α_i — удельный вес i -го товара предприятия в объеме всех продаж за анализируемый период, доли единицы;

β_j — показатель значимости рынка, на котором реализуются товары предприятия

$КП_{ij}$ — конкурентоспособность i -го товара на j -м рынке.

Недостатком данного метода являются ограниченные возможности сканирования (слежения) рынка товаров при недостаточности информации с целью обеспечения возможности адекватного отражения в методе оценки конкурентоспособности предприятия ситуаций на внутренних и внешних рынках.

Хорош этот метод тем, что в нём учитывается непосредственно продукция, производимая предприятием, так как именно за счёт неё предприятие получает основную часть своей прибыли, а чем выше уровень конкурентоспособности товара, тем выше спрос, а следовательно увеличивается доход, который можно направить на улучшение средства труда, качества продукции и другие организационные нужды, что в свою очередь поможет поддерживать высокий уровень конкурентоспособности, либо же повысить его.

Третий метод, который рассчитывается на основе сравнения соотношений конкурентоспособности товаров предприятия и доли его на рынке.

С помощью этого метода определения конкурентоспособности организации можно составить предполагаемые меры для оптимизации соотношения конкурентоспособности товара и занимаемой предприятием доли на конкретном рынке (табл.).

Положительными качествами этого метода являются точность положения организации на рынке и понятность, при расшифровке.

Отрицательным фактором является то, что данные, которые вводятся в данную матрицу подразумевают под собой уже подсчитанные значения, но алгоритм расчётов не указан, а следовательно значения могут быть не точными. И основным препятствием является то, что в условиях коммерческой тайны получить информацию по предприятиям-конкурентам, а так же по ёмкости рынка практически невозможно.

Таблица — Матрица оптимизации конкурентоспособности товара предприятия и доли его на рынке

		Конкурентоспособность товара			
		Сильная	Средняя	Слабая	
Доля на рынке	Высокая	+ В _д СК	+ В _д СрК	← В _д СлК	«+»благоприятная зона для предприятия по его конкурентоспособности
	Средняя	+ Ср _д СК	↑ Ср _д СрК	- Ср _д СлК	Зона риска по конкурентоспособности предприятия
	Нижняя	↑ Н _д СК	- Н _д СрК	- Н _д СлК	«-» неблагоприятная зона для предприятия по его конкурентоспособности

Таким образом, можно сделать вывод, что конкурентоспособность фирмы — понятие относительное. Оценка степени конкурентоспособности, т. е. выявление характера конкурентного преимущества фирмы по сравнению с другими фирмами, заключается в первую очередь в выборе базовых объектов для сравнения, иными словами, в выборе фирмы-лидера, а качество данной оценки зависит в большей степени от уровня квалификации тех работников организации которые определяют конкурентоспособность фирмы.

Для нашей молодой республики достаточно рационально было бы издание электронного сборника инвестиционной привлекательности по отраслям народного хозяйства. Нам представляется подобная возможность получения подобных данных в местных органах самоуправления в соответствующих отделах.