

ОЦЕНКА УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Оценка уровня конкурентоспособности промышленного предприятия может преследовать две основные цели. Первая цель — изучение положения конкретного товара на рынке. Вторая цель — изучение инвестиционной привлекательности целых отраслей или стран.

Уровень конкурентоспособности рассчитывается на основе ряда основных критериев. Критерии характеризуют качественные и количественные аспекты деятельности промышленного предприятия такие как: производство, ресурсы, сбыт и продвижение.

Схема оценки уровня конкурентоспособности промышленного предприятия применяется при проведении анализа субъекта рынка с целью определения его потенциальных возможностей. Основной задачей оценки уровня конкурентоспособности промышленных предприятий является определение значения интегрального показателя конкурентоспособности сравниваемых предприятий с целью их упорядочивания относительно стабильно реализуемого промышленного предприятия. Процедура ее реализации состоит из последовательности основных этапов.

Схема оценки уровня конкурентоспособности промышленного предприятия приведена на рисунке 1.

Первый этап — определение целей оценки уровня конкурентоспособности, проведение исследования показателей и факторов конкурентоспособности промышленного предприятия и его основных конкурентов [1].

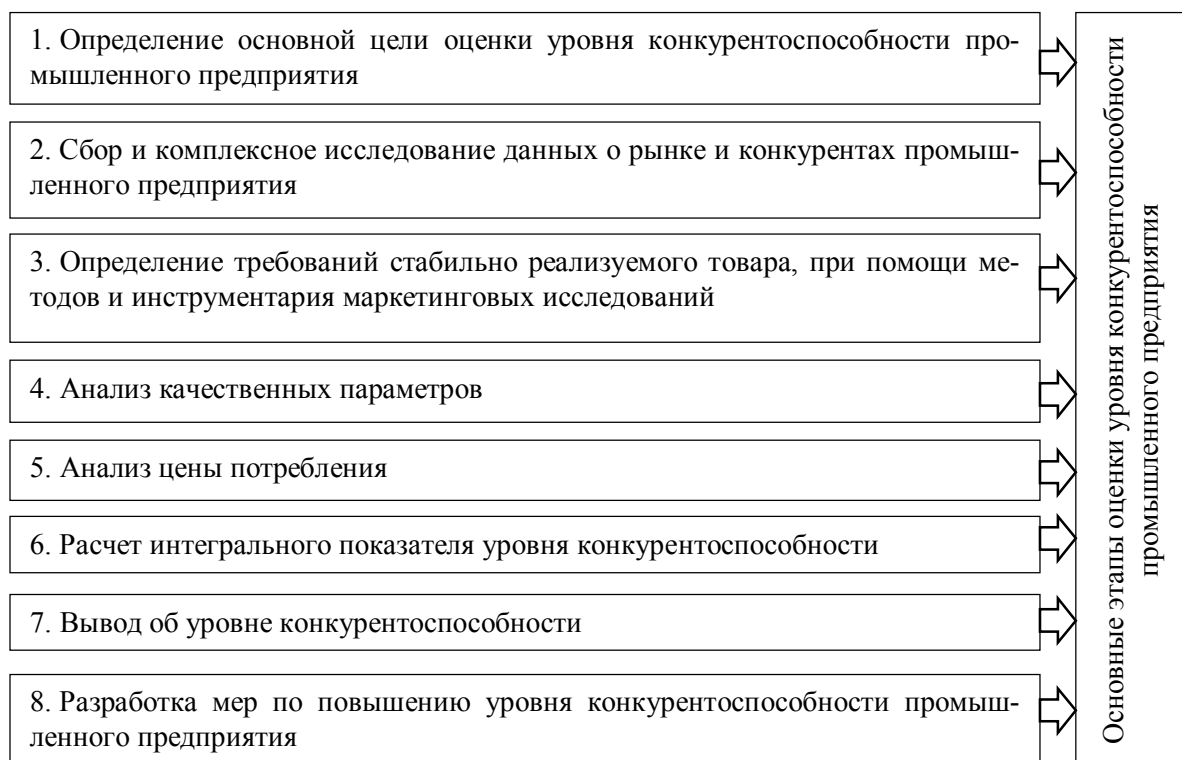


Рисунок 1 — Схема оценки уровня конкурентоспособности промышленного предприятия

Второй этап — сбор и комплексное исследование данных о рынке и конкурентах промышленного предприятия. Данное исследование проводится по основным направлениям, таким как:

- изучение покупателей и мотивов покупок;
- изучение требований конечных покупателей к потребительским свойствам товара и соответствующему набору сопутствующих продаже и потреблению товара услуг;
- изучение конъюнктуры рынка;
- изучение потенциальных возможностей промышленного предприятия и его конкурентоспособности.

Третий этап — определение требований стабильно реализуемого товара, при помощи методов и инструментария маркетинговых исследований [2]. Выявление предприятия лидера или формирование условного «эталонного» предприятия, если учитывать два основных условия.

Первое условие — возрастание показателя повышает конкурентоспособность. Второе условие — уменьшение показателя повышает конкурентоспособность.

На четвертом этапе анализируются показатели качественных параметров, такие, как нормативно-производственные, консументные и классификационные [3].

Пятый этап — анализ цены потребления. Цена потребления отражает полные расходы потребителя по приобретению и эксплуатации продукции в течение срока эксплуатации.

Шестой этап — расчет интегрального показателя уровня конкурентоспособности промышленного предприятия и его основных конкурентов [4]. Чем выше показатель, тем более конкурентоспособным будет анализируемое предприятие

Седьмой этап — вывод об уровне конкурентоспособности. Результаты оценки уровня конкурентоспособности промышленного предприятия используются для выработки вывода о ней.

Последний, восьмой этап — разработка мер по повышению уровня конкурентоспособности промышленного предприятия, основывается на результатах, полученных при оценке уровня конкурентоспособности промышленного предприятия.

Реализация данной схемы позволит каждому промышленному предприятию, в зависимости от занимаемого уровня, наметить дальнейшие перспективы развития. После проведения оценки на основе полученных результатов составляется заключение о товаре.

Заключение о товаре дополняется выводами, о преимуществах и недостатках оцениваемого товара по сравнению с аналогами, которые должны быть приняты для улучшения его положения на рынке.

Список литературы

1. Джураева, З. Оценка уровня качества продукции и конкурентоспособности промышленного предприятия / З. Джураева, Д. Джураева // Студенческий форум. — 2019. — № 18-2 (69). — С. 13–18.
2. Яксанова, Н. Н. Разработка методики оценки уровня конкурентоспособности промышленного предприятия в современных условиях / Н. Н. Яксанова, Д. С. Яксанов // Экономический журнал. — 2018. — № 3 (51). — С. 33–49.
3. Тиханов, Е. А. Формирование универсального методического подхода к оценке конкурентоспособности промышленных предприятий / Е. А. Тиханов, В. В. Криворотов, С. Е. Ерыпалов // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. — 2016. — Т. 10. — № 1. — С. 113–124.
4. Гугелев, А. В. Влияние социальной миссии в стратегии успеха (на примере компании UNILEVER) / А. В. Гугелев, Н. Голд, С. В. Чистякова // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. — 2017. — № 1 (65). — С. 9–15.

© Попова Е. О.