

3.2. МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Подборнова Е.С., аспирант кафедры экономики

Самарский государственный университет

В статье показаны методические подходы к оценке конкурентоспособности предприятий. Автором проведен анализ методик оценки показателей характеризующих конкурентоспособность предприятий. Кроме этого представлен интегральный показатель, дающий комплексную оценку конкурентоспособности. Автором отмечены положительные стороны и недостатки предлагаемых методик.

Процесс оценки конкурентоспособности промышленного предприятия является сложным и комплексным, так как конкурентоспособность складывается из множества разнообразных факторов. Оценка конкурентоспособности предприятий может рассматриваться как особый вид функциональной деятельности, цель которой – определение суждений об объекте оценивания в целом и его отдельных частей. Вопрос обеспечения конкурентоспособности предприятия в настоящее время в теоретическом плане не достаточно проработан, у многих предприятий отсутствуют эффективные подходы к формированию системы базовых показателей оценки конкурентоспособности.

Сложность понятия «конкурентоспособность предприятия» обуславливает многообразие подходов к его оценке. Измерять количественные и качественные параметры свойств конкурентоспособности предприятия можно с помощью как объективных, так и субъективных методов. В числе наименее применяемых, при оценке конкурентоспособности, выступают экспертные методы. Для объективного определения конкуренто-

способности предприятия исключительное значение имеют те методы оценки, которые могут использоваться для решения данной задачи (табл. 1).

При проведении оценки конкурентоспособности предприятий наибольшее распространение получили методы, классифицированные по форме и сущности. Существующий инструментарий определения конкурентоспособности позволяет только ориентировочно позиционировать оцениваемое предприятие среди конкурентов на рынке товаров. Исключением являются подходы, основанные на использовании комплексного метода. При этом такое позиционирование производится больше на качественном, а не количественном уровне. Во многом свободным от такого недостатка является метод оценки конкурентоспособности промышленного предприятия, носящий комплексно-комбинированный характер. Такой метод сочетает рациональное использование комплексного, дифференциального, экспертного, параметрического, комбинированного и других методов оценки. При этом в общем формализованном виде конкурентоспособность предприятия может определяться в абсолютной и сравнительной формах.

В промышленно развитых странах особое внимание уделяется качественным методам оценки конкурентоспособности предприятия, основанным на стратегическом подходе. Они позволяют провести анализ конкурентных преимуществ предприятия, не давая при этом четкого количественного выражения результатов оценки, что затрудняет проведение ретроспективного анализа, хотя рассматриваемые методы могут быть полезны при исследовании конкурентных преимуществ предприятия и выработке стратегий конкуренции. В нашей стране из-за недостаточной информации для оценки конкурентоспособности предприятия, отдается предпочтение количественным методам, которые дают мгновенную оценку состояния предприятия, но не позволяют учитывать перспективы его развития.

Таблица 1

КЛАССИФИКАЦИЯ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Классификация (признаки)	Метод оценки	Особенности метода
Форма представления результата оценки	Дифференциальный	Основан на использовании единичных показателей
	Комплексный	Основан на определении единого обобщенного показателя
	Смешанный	Основан на использовании обобщенного и единичных показателей
Способ определения результата оценки	Аналитический	Основан на использовании аналитических зависимостей для определения оценочных показателей
	Параметрический	Основан на количественном и качественном описании оцениваемых свойств конкурентоспособности с использованием параметров и на установлении взаимосвязей между оцениваемыми и сравниваемыми параметрами
	Экспертный	Основан на учете мнений и суждений экспертов. К разновидностям экспертного метода можно отнести социологические и рейтинговые методы
	Статистический	Основан на сборе и обработке статистической информации для получения значений оценочных показателей
	Комбинированный	Основан на использовании сочетания различных методов (аналитического, экспертного и др.)
Форма и сущность метода	Матричный	Оценка основана на использовании матриц (SWOT -анализ, матрица Бостонской консультативной группы (БКГ), метод Мак-Кинзи, 7S (матрица «Дженерал Электрик») и др.)
	Графический	Основан на использовании графиков, как правило, многоугольных (восьмиугольника, «радара» и т.п.)
	Тождественный	Основан на способах определения уровня качества и/или конкурентоспособности товара и отождествлении результатов оценки с конкурентоспособностью предприятия
	Теории эффективности	Используют при оценке комплексные показатели эффективности (производственные, финансовые, сбытовые) предприятий-конкурентов
	Интегральный	Основан на использовании комплексного метода, который объединяет все оцениваемые показатели

Автором предлагается алгоритм определения комплексного показателя конкурентоспособности, включающий в себя следующие нижеперечисленные этапы.

1. Выбор однотипных предприятий, базы для сравнений. В качестве базы для сравнения могут выступать как среднеотраслевые показатели, так и показатели любого конкурирующего предприятия или предприятия – лидера рынка, а также ретроспективные показатели оцениваемого предприятия.
2. Выделение показателей конкурентоспособности предприятия, в основу которых были положены данные, описывающие результаты деятельности предприятия по четырем группам бизнес-процессов:
 - производственно-технологических,
 - финансово-экономических,
 - организационных и управленческих (по методике Нортана и Каплана).
3. Расчет единичных показателей конкурентоспособности предприятия в рамках выделенных групп.
4. Оценка конкурентоспособности предприятия по каждой группе показателей. Особое значение, согласно исследованию, должно отводиться организационным показателям конкурентоспособности предприятия, при этом в данной группе показателей доминирует показатель производительности труда, который отображает эффективность трудового процесса, выражаемый определенным количеством продукции, произведенной в единицу рабочего времени. Производительность труда в первую очередь зависит от качества рабочей силы, которая соответствует уровню развития производства на конкретном предприятии. Профессионально-квалификационная подготовка рабочей силы, наличие мотивации позволяют эффективно работать и осваивать новые методы труда, которые помогают более производительно использовать собственные силы и рационально распределять их на весь рабочий день.
5. Расчет комплексного показателя конкурентоспособности предприятия.

Для определения интегрального показателя конкурентоспособности предприятия, автором были рассмотрены основные методы, с помощью которых отдельные критерии предприятия, выраженные количественно, объединяются в комплексную оценку конкурентоспособности:

1. Представление комплексного показателя конкурентоспособности предприятия K суммой вида:

$$K = \sum_{i=1}^n K_i, \quad (1)$$

где K_i – единичные показатели конкурентоспособности предприятия общим числом n .

Для оценки конкурентоспособности предприятия составляется список ключевых факторов успеха данной отрасли и конкурентных преимуществ либо недостатков (6-10 показателей). Затем проводится оценка предприятия по всем показателям (желательно использовать оценки от единицы до десяти), и эти оценки суммируются для получения оценки комплексного показателя конкурентоспособности предприятия. Аналогичная процедура проводится и для наиболее сильных организаций конкурентов. Сравнение полученных оценок комплексных показателей конкурентоспособности предприятия и конкурентов позволяет выявить преимущество или отставание предприятия по отношению к конкурентам.

В выражении (1) в качестве единичных показателей конкурентоспособности предприятия могут выступать и относительные значения, полученные путем деления значений конкретных показателей для предприятия на максимальные значения или на соответствующие по-

казатели для наиболее сильного предприятия конкурента. В этом случае рассчитанный по формуле (1) комплексный показатель будет отражать уровень конкурентоспособности предприятия по отношению к предприятию конкурента.

Данный метод отличается простотой, но может искажать общую оценку конкурентоспособности предприятия, так как единичные показатели конкурентоспособности не всегда будут одинаково важны для общей оценки.

2. Представление комплексного показателя конкурентоспособности предприятия K на основе использования среднего взвешенного арифметического показателя единичных показателей конкурентоспособности:

$$K = \sum_{i=1}^n W_i K_i, \quad (2)$$

где

K_i – единичные показатели конкурентоспособности предприятия общим числом n ;

W_i – показатель значимости (веса) i -го единичного показателя конкурентоспособности.

Чаще всего на практике используют нормированные значения значимостей (весов) единичных показателей конкурентоспособности, т.е. их сумма должна быть равной единице. Тогда комплексный показатель конкурентоспособности будет измеряться по той же шкале, что и единичные показатели конкурентоспособности.

Этот подход к определению комплексного показателя конкурентоспособности предприятия предлагают использовать Артур А. Томпсон-мл. и А. Дж. Стрикленд и ряд других авторов.

И. Максимов, применяя формулу (2), получает для коэффициента конкурентоспособности организации следующее выражение:

$$K_{kn} = 0,15\mathcal{E}_n + 0,29\Phi_n + 0,23\mathcal{E}_c + 0,33A_m, \quad (3)$$

где

K_{kn} – коэффициент конкурентоспособности предприятия;

\mathcal{E}_n – значение критерия эффективности производственной деятельности предприятия;

Φ_n – значение критерия финансового положения предприятия;

\mathcal{E}_c – значение критерия эффективности организации сбыта и продвижения товара на рынке;

A_m – значение критерия конкурентоспособности продукции.

Коэффициенты 0,15; 0,29; 0,23; 0,33 определены экспертным способом последовательных сравнений. Отдельные показатели \mathcal{E}_n , Φ_n , \mathcal{E}_c , A_m в этом выражении в свою очередь также определяются по взвешенным аддитивным выражениям.

Метод позволяет определить оценки комплексных показателей конкурентоспособности для предприятия и конкурентов и выявить относительную позицию на рынке. Преимущество данного подхода состоит в том, что учитывается важность единичных показателей конкурентоспособности, что дает уверенность в том, что комплексный показатель конкурентоспособности будет точно отражать измеряемое свойство. К недостаткам этого подхода следует отнести субъективность определения показателей значимости (веса) единичных показателей конкурентоспособности предприятия.

3. Определение комплексного показателя конкурентоспособности предприятия через среднее арифметическое показателей конкурентоспособности отдельных видов продукции:

$$K = \frac{\sum_{i=1}^n K_i}{n}, \quad (4)$$

где K_i – показатель конкурентоспособности i -й продукции предприятия;

n – общее число продукции, производимой предприятием.

Подобные подходы используют Белоусов В.Л. и Свирейко Н.Е.

В.Л. Белоусов предлагает использовать выражение (4) для расчета конкурентоспособности маркетинговой деятельности предприятия на основе итоговых показателей конкурентоспособности отдельных видов продукции K_i , которые он называет «коэффициентами маркетингового тестирования конкурентоспособности». В свою очередь, каждый показатель конкурентоспособности отдельных видов продукции K_i он определяет как сумму коэффициентов рыночной доли, предпродажной подготовки, изменения объема продаж, уровня цен, доведения продукта до потребителя, рекламной деятельности, использования персональных продаж, использования связей с общественностью, деленную на общее число этих коэффициентов (т.е. на восемь).

В свою очередь, Н.Е. Свирейко предлагает использовать выражение (4) для определения конкурентоспособности предприятия, предварительно оценив конкурентоспособность каждого i -го вида продукции, по формуле:

$$K_i = \frac{E}{P}, \quad (5)$$

где

E – полезный эффект от потребления продукции, определяемый отношением числа показателей, по которым продукция является наиболее привлекательной для потребителя, к общему числу оцениваемых показателей;

P – цена потребления продукции.

Подход, предложенный Н.Е. Свирейко для определения конкурентоспособности продукции, отличается простотой и имеет следующие преимущества:

- дает возможность определить количество показателей, по которым продукция является привлекательной, проще, чем оценивать каждый показатель и степень его значимости по определенной шкале;
- становится возможной оценка продукции как по количественным, так и по качественным показателям.

4. Представление комплексного показателя конкурентоспособности предприятия на основе использования среднего взвешенного геометрического показателя единичных показателей конкурентоспособности:

$$K = \prod_{i=1}^n K_i^{w_i}, \quad (6)$$

где

K_i – единичные показатели конкурентоспособности предприятия общим числом n ;

W_i – весомость (значимость) единичных показателей конкурентоспособности;

P – произведение аргументов с номерами $i = 1, 2, 3, \dots, n$.

Данный подход к определению интегрального показателя конкурентоспособности предприятия используют И.У. Зилькарнаев и Л.Р. Ильясова, которые предла-

гают показатель конкурентоспособности, учитывающий действия факторов внешней среды, назвать комплексным показателем внешней конкурентоспособности предприятия и представить в виде функции трех групп переменных:

$$K = K\{ (K_{n_i}, i = 1, \dots, n_r); (W_i, i = 1, \dots, n_r); (\Phi_i, i = 1, \dots, n_\Phi) \}, \quad (7)$$

где

K – интегральный показатель внешней конкурентоспособности предприятия;

K_{n_i} – конкурентоспособность отдельных видов ресурсов предприятия общим числом n_r ;

W_i – весовые коэффициенты общим числом n_r ;

Φ_i – факторы внешней среды общим числом n_Φ .

В свою очередь, если не учитывать условий внешней среды и учитывать только внутренние ресурсы предприятия, то комплексный показатель его внутренней конкурентоспособности будет выражаться в виде [3, с. 49-59]:

$$K = K\{ (K_{n_i}, i = 1, \dots, n_r), (W_i, i = 1, \dots, n_r) \}, \quad (8)$$

Автор работы считает, что:

- в условиях действия на предприятии одинаковых факторов внешней среды показатели их внешней и внутренней конкурентоспособности будут равны между собой и определяться выражением (7);
- в выражении (7) коэффициенты весомости будут одинаковыми для одноотраслевых групп предприятий, действующих в условиях конкретного рынка и использующих одинаковые стратегии, но это не решает задачи объективной оценки конкретных значений весовых коэффициентов;
- показатель доли рынка, занимаемой предприятием в данный момент, как результат предыдущей конкурентной борьбы коррелирует с конкурентоспособностью предприятия, которую оно имело в предыдущий период;
- показателем результативности предприятия, отражающим конкурентоспособность, является также относительная динамика изменения его доли рынка.

В результате комплексный показатель конкурентоспособности организации выражается двумя величинами – долей рынка D и темпами ее изменения T , на которые влияют разные ресурсы с соответствующими весовыми коэффициентами N^*_r . Поэтому выражение (7) распадается на два выражения:

$$D = K_D \left\{ \begin{matrix} (K_{n_i}, i = 1, \dots, N^*_r), \\ (W_i, i = 1, \dots, N^*_r) \end{matrix} \right\}, \quad (9)$$

где

W_i – весовые коэффициенты, используемые для определения доли рынка D общим числом N^*_r ;

K_{n_i} – конкурентоспособность отдельных ресурсов, определяющих долю рынка D общим числом N^*_r .

$$T = K_T \left\{ \begin{matrix} (K_{n_i}, i = N^*_r + 1, \dots, N_r), \\ (W_i, i = N^*_r + 1, \dots, N_r) \end{matrix} \right\}, \quad (10)$$

где в образовании D и T могут участвовать разные ресурсы в соответствии с соответствующими коэффициентами.

Если предприятие уже присутствует на данном рынке, то для него известны показатели его конкурентоспособности: D , T . По известной информации о внутренних ресурсах предприятия можно оценить его конкурентоспособность. Здесь неизвестными являются только весовые коэффициенты W_i . Автор эту задачу решает на примере группы однородных предприятий,

и находят следующее выражение для интегрального показателя конкурентоспособности (доли рынка):

$$D = C^{0,803} * P^{0,583} * L^{1,048}, \quad (11)$$

где

C – показатель конкурентоспособности предприятия по его основным средствам;

P – показатель конкурентоспособности предприятия по уровню финансового менеджмента;

L – показатель конкурентоспособности предприятия по уровню кадрового и производственного менеджмента.

Определенная зависимость (10) для интегрального показателя конкурентоспособности (доли рынка) идентична выражению (5).

А.С. Шальмина для оценки конкурентоспособности предприятия предлагает выбрать систему показателей эффективности производственной деятельности предприятия, финансового положения предприятия, эффективности организации сбыта и продвижения товара, конкурентоспособности товара и эффективности инновационного проекта. Общий показатель конкурентоспособности предприятия рассчитывается в виде средней геометрической взвешенной:

$$K = a_1 + a_2 + a_3 + a_4 + a_5 \sqrt{e_1^{a_1} * e_2^{a_2} * e_3^{a_3} * e_4^{a_4} * e_5^{a_5}}, \quad (12)$$

где

a_1, a_2, a_3, a_4, a_5 – коэффициенты весомости показателей эффективности;

e_1, e_2, e_3, e_4, e_5 – частные показатели эффективности деятельности предприятия.

При равенстве коэффициентов весомости формула (11) преобразуется к виду простой средней геометрической:

$$K = \sqrt[5]{e_1 * e_2 * e_3 * e_4 * e_5}. \quad (13)$$

Л.В. Целикова для оценки конкурентоспособности предприятия разработала номенклатуру показателей:

- показатели ликвидности и платежеспособности;
- показатели рыночной устойчивости;
- показатели рентабельности результатов финансово-хозяйственной деятельности;
- показатели оценки рентабельности использования организационно-управленческого потенциала; показатели оценки коммерческой активности; показатели оценки конкурентоспособности товара; показатели оценки качества торгового оборудования; имидж системы [9, с. 24-28].

Характеризуя в целом рассматриваемый метод, основанный на использовании выражения (5) для определения интегрального показателя конкурентоспособности предприятия, можно констатировать, что он обеспечивает более точные оценки для комплексного показателя, чем метод, основанный на определении среднего взвешенного арифметического показателя. Данная методика позволяет определить зависимость для расчета доли рынка и темпов ее изменения на основе единичных показателей конкурентоспособности и отказаться от экспертных методов, но затрудняет использование в практической деятельности конкретных предприятий из-за отсутствия данных по совокупности однородных предприятий отрасли.

5. Определение интегрального показателя конкурентоспособности предприятия с учетом весомости товаров и рынков, на которых они реализуются.

Оценивается конкурентоспособность предприятия по четырем основным группам показателей:

- преимущества во внешней среде (макросреда, инфраструктура региона, микросреда);
- преимущества во внутренней среде (технология, организация процессов, ресурсы);
- преимущества в качестве и ресурсоемкости выпускаемых товаров, новшеств (товары, новшества, услуги);
- преимущества рынков (по объему рынков, по количеству конкурентов, по оперативности и надежности финансовых операций, по безопасности торговли).

В дополнение к интегральному показателю можно провести оценку конкурентоспособности предприятия на основе определения доли рынка и построения конкурентной карты рынка.

6. Использование доли рынка и ее изменений (абсолютных и относительных) для предприятия в качестве итоговых показателей конкурентоспособности.

Рассматривая отдельные предприятия, отвечающие за конкретные виды хозяйственной деятельности и входящие в крупную диверсифицированную организацию, Артур А. Томпсон-мл. и А. Дж. Стрикленд предлагают использовать для оценки их конкурентоспособности ряд критериев, включая относительную долю рынка, относительные издержки производства, конкурентоспособность по свойствам продукции, возможности оказывать давление на ключевых поставщиков и потребителей и др. Однако, останавливаясь на критерии, характеризующем относительную долю рынка, они утверждают, что чем выше доля рынка хозяйственной единицы, тем выше ее конкурентоспособность [6, с. 59-65].

7. Оценка конкурентоспособности предприятий на основе их статуса с использованием конкурентной карты рынка.

В работе предлагается оценивать конкурентоспособность предприятий с использованием конкурентной карты рынка. Конкурентная карта рынка строится с использованием двух показателей: занимаемой рыночной доли и динамики рыночной доли. Распределение рыночной доли позволяет выделить четыре стандартных положения предприятий на рынке:

- лидеры рынка (1);
- предприятия с сильной конкурентной позицией (2);
- предприятия со слабой конкурентной позицией (3);
- аутсайдеры рынка (4).

Для определения степени изменения конкурентной позиции предприятий Л.В. Баумгартен выделяет типичные их состояния по динамике их рыночной доли:

- предприятия с быстро улучшающейся конкурентной позицией (1);
- предприятия с улучшающейся конкурентной позицией (2);
- предприятия с ухудшающейся конкурентной позицией (3);
- предприятия с быстро ухудшающейся конкурентной позицией (4).

Конкурентная карта рынка строится исходя из перекрестной классификации размера и динамики рыночной доли. Это позволяет выделить 16 типовых положений организаций, характеризующих их статус и отличающихся степенью использования конкурентных преимуществ и потенциальной возможностью противостоять давлению конкурентов. При классификации предприятий предпочтение отдается показателю динамики рыночной доли.

Наиболее значимым статусом обладают организации 1-й группы (лидеры рынка с быстро улучшающейся конкурентной позицией), наиболее слабым – аутсайдеры рынка с быстро ухудшающейся конкурентной позицией (16-я группа).

Л.В. Баумгартен совершенствует данный подход путем дополнения к качественным характеристикам, по которым классифицируются предприятия, количественных данных. Среднее положение занимают организации, доля рынка которых составляет более 1/3 доли рынка лидера, низкое положение характерно для организаций, доля рынка которых составляет менее 1/3 доли рынка лидера. [1, с. 400-408].

Если установить долю рынка лидера более 40%, то доля рынка предприятий с сильной конкурентной позицией будет от 15% до 40%, предприятий со слабой конкурентной позицией – от 5% до 15%, а аутсайдера – менее 5%.

Темпы прироста рынка более 10% считаются высокими, а темпы прироста менее 5% – низкими. В соответствии с исследованиями для предприятий с быстро улучшающейся конкурентной позицией темпы прироста рыночной доли устанавливаются более 10%, для предприятий с улучшающейся конкурентной позицией – от 5% до 10%, для предприятий ухудшающейся конкурентной позицией – от -5% до 5%, а для предприятий с быстро ухудшающейся конкурентной позицией – менее – 5%.

Данный метод позволяет оценивать конкурентоспособность предприятия одновременно на основе двух наиболее важных показателей, определяющих положение организаций на рынке (табл. 2).

Рассмотрев вышеизложенные методы оценки комплексного показателя конкурентоспособности предприятия, можно отметить, что многие подходы совпадают и используют экспертные методы. Большинство методов расчета комплексных показателей конкурентоспособности основано на суммировании единичных показателей с использованием их значимости (весомости) или без учета последних.

Интегральная оценка конкурентоспособности предприятия производится в целях принятия соответствующих управленческих решений, например, о разработке или модернизации предприятия (продукции), выходе на конкретный рынок, выборе варианта реализации стратегии предприятия из имеющихся альтернатив и т.д. Возникает необходимость сравнивать разные варианты управленческих решений, которым соответствуют различные наборы значений единичных показателей конкурентоспособности предприятия ($K_1, K_2, K_3, \dots, K_n$). В случае если комплексная оценка конкурентоспособности предприятия правильно отражает цели управления, а единичные по-

казатели конкурентоспособности выбраны так, что их увеличение соответствует улучшению конкурентоспособности предприятия, то оптимальному варианту управленческих решений ($K^*_1, K^*_2, K^*_3, \dots, K^*_n$) должно соответствовать наибольшее значение интегрального показателя конкурентоспособности предприятия.

Многие подходы к определению комплексной оценки конкурентоспособности предприятия, рассмотренные выше, являются вариациями подхода, основанного на определении среднего взвешенного арифметического показателя.

На практике для определения единичных показателей конкурентоспособности и установления их значимости (весомости) часто используют экспертные методы. Создаются экспертные комиссии из высококвалифицированных специалистов, количество которых может быть не менее семи человек. Решение принимается большинством не менее чем 2/3 голосов. В целях уменьшения субъективности, присущей экспертному методу, проводится несколько туров опроса. Сначала эксперты принимают решения независимо друг от друга, затем после непродолжительного совместного публичного обсуждения каждый эксперт принимает новое решение и проводится второй тур опроса. Количество туров опроса зависит от компетентности экспертов. Приемлемая точность результатов получается за три тура опроса.

Эксперты определяют значения единичных показателей конкурентоспособности и их показатели значимости (весомости) в баллах. Полученные результаты при экспертном опросе применяют для определения осредненных оценок. Полученные осредненные оценки значимости (весомости) единичных показателей конкурентоспособности нормируют. Сумма всех нормированных оценок значимости (весомости) единичных показателей конкурентоспособности должна быть равна единице.

Методы определения интегральных показателей конкурентоспособности предприятий основаны на объединении единичных показателей конкурентоспособности, отражающих отдельные свойства предприятия, в один интегральный показатель, отражающий совокупность свойств предприятия. В качестве единичных показателей конкурентоспособности предприятия в этих подходах могут выступать количественные значения или относительные значения этих показателей.

Таблица 2

МАТРИЦА ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ КАРТЫ РЫНКА

№	Темпы прироста рыночной доли (Т), %	Доля рынка, %			
		Лидеры рынка (при доле рынка свыше 40%)	Организации с сильной конкурентной позицией (при доле рынка от 40% до 15%)	Организации со слабой конкурентной позицией (при доле рынка от 15% до 5%)	Аутсайдеры рынка (при доле рынка менее 5%)
		1	2	3	4
1	Организации с быстро улучшающейся конкурентной позицией (Т более 10%)	1 Конкурент	5 Предприятие	9	13
2	Организации с улучшающейся конкурентной позицией (Т от 10% до 5% включительно)	2	6	10	14
3	Предприятия с ухудшающейся конкурентной позицией (Т от 5% до -5% включительно)	3	7	11	15
4	Организации с быстро ухудшающейся конкурентной позицией (Т менее -5%)	4	8 Конкурент	12	16 Конкурент

При наличии эталонных значений единичных показателей конкурентоспособности можно получить эталонный интегральный показатель конкурентоспособности для предприятия. Сравнение интегрального показателя конкурентоспособности предприятия с эталонным значением дает представление об уровне соответствия конкурентоспособности изучаемого предприятия эталонным требованиям.

В качестве относительных показателей конкурентоспособности могут выступать нормированные значения единичных показателей, которые получают путем деления единичных показателей:

- на их максимальные значения;
- на значения единичных показателей наиболее сильных конкурентов.

Если использовать для расчета нормированных значений показателей конкурентоспособности максимальные значения единичных показателей, то получаемая оценка комплексного показателя конкурентоспособности характеризует относительную конкурентоспособность предприятия по отношению к предприятию, имеющему максимальные значения единичных показателей конкурентоспособности. Максимальные значения единичных показателей конкурентоспособности могут служить в качестве эталонных показателей. Таким образом, полученная оценка интегрального показателя конкурентоспособности в данном случае характеризует относительное свойство предприятия.

При использовании показателей наиболее сильных предприятий конкурентов для расчета нормированных значений единичных показателей конкурентоспособности получаемая оценка интегрального показателя конкурентоспособности будет также характеризовать конкурентоспособность предприятия.

В основе расчета комплексного показателя конкурентоспособности предприятия лежит метод, основанный на определении среднего взвешенного геометрического показателя единичных показателей конкурентоспособности. Данный метод в настоящем исследовании получил дальнейшее развитие: предложен подход к определению интегрального показателя конкурентоспособности предприятия, расчет которого основан на объединении количественных значений ее единичных показателей по четырем группам бизнес-процессов (производственно-технологические, финансово-экономические, организационные, маркетинговые) с учетом параметра их весомости. Достоинства авторского подхода связаны с его универсальностью, возможностью учета масштаба отдельного предприятия (количество показателей в разные периоды времени будет постоянным), так и сравнения предприятий различных масштабов за счет усреднения показателей в рамках выделенных групп бизнес-процессов. Поэтому предложенный комплексный показатель конкурентоспособности предприятия является безразмерным и дает возможность сравнения однородных предприятий с различным количеством единичных показателей в каждой группе показателей бизнес-процессов:

$$K = \prod_{i=1}^n \left(\frac{K_i}{n_i} \right)^{w_i}, \quad (14)$$

где

K_i – сумма единичных показателей конкурентоспособности предприятия i -й группы бизнес-процессов;

n_i – количество единичных показателей конкурентоспособности предприятия в i -й группе;

W_i – весомость (значимость) i -й группы бизнес-процессов;

Π – произведение аргументов с номерами $i = 1, 2, 3, 4$.

$$K = \prod_{i=1}^n \left(\frac{K_i}{n_i} \right)^{w_i} = \prod_{i=1}^n \frac{(K_i)^{w_i}}{(n_i)^{w_i}} = \frac{\Pi(K_i)^{w_i}}{\Pi(n_i)^{w_i}}, \quad (15)$$

где $\Pi(n_i)^{w_i}$ – константа (const) для конкретного предприятия в разные периоды времени (за период автор принимает один год).

С учетом выделенных групп показателей бизнес-процессов ($i = 1, 2, 3, 4$) выражение (15) может быть представлено в более развернутом виде:

$$K = \left(\frac{K_1}{n_1} \right)^{0,25} * \left(\frac{K_2}{n_2} \right)^{0,25} * \left(\frac{K_3}{n_3} \right)^{0,25} * \left(\frac{K_4}{n_4} \right)^{0,25}. \quad (16)$$

Весомость каждой группы показателей бизнес-процессов равнозначна ($W_i = 0,25$), что в сумме дает единицу. Это позволяет проследить не только изменение интегрального показателя конкурентоспособности предприятия, но и динамику изменения групп единичных показателей. Зависимость конкурентоспособности предприятия от качества рабочей силы прослеживается через единичные показатели конкурентоспособности предприятия по организационной группе бизнес-процессов. [11, с. 456-459].

Комплексный показатель конкурентоспособности предприятия определен с целью установления оценки и взаимосвязей между конкурентоспособностью и качеством рабочей силы, а также влияния предлагаемой автором модели управления повышением качества рабочей силы на конкурентоспособность промышленного предприятия.

Подборнова Екатерина Сергеевна

Литература

1. Баумгартен Л.В. Анализ методов определения конкурентоспособности организаций и продукции [Текст] / Л.В. Баумгартен // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – №4.
2. Белоусов В.Л. Анализ конкурентоспособности фирмы [Текст] // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – №5. – С. 63-71.
3. Зилькарнаев И.У. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий [Текст] / И.У. Зилькарнаев, Л.Р. Ильясова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – №4.
4. Максимов И. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия [Текст] / И. Максимов // Маркетинг. – 1996. – №3.
5. Савицкая Г.Б. Анализ хозяйственной деятельности предприятий [Текст] / Г.Б. Савицкая. – Минск : Новое знание, 2002. – 703 с.
6. Томпсон-мл. Артур А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа [Текст] / Артур А. Томпсон-мл., Дж. А. Стрикленд ; пер. с англ. – 12-е изд. – М. : Вильямс, 2003.
7. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации [Текст] / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Эксмо, 2005. – 542 с.
8. Целикова Л.В. Конкурентоспособность рынка кожаной обуви в Республике Беларусь [Текст] / Л.В. Целикова // Маркетинг. – 2000. – №3. – С. 47-55.
9. Шамаль Е.В. Качество рабочей силы: сущностный аспект [Текст] / Е.В. Шамаль // Известия Академии труда и занятости. – 2003. – №3/4. – С. 106-112.

10. Шекшня С.В. Управление персоналом современной организации [Текст] : учеб.-практ. пособие / С.В. Шекшня. – М. : Бизнес-школа Интел-Синтез, 2000. – 368 с.
11. Экономика труда и социально-трудовые отношения [Текст] / под ред. Г.Г. Меликьяна, Р.П. Колосовой. – М. : Изд-во МГУ, ЧеРо, 1996. – 623 с.
12. Экономика труда (социально-трудовые отношения) : учеб. / под ред. Н.А. Волгина, Ю.Г. Одегова. – М. : Экзамен, 2004. – 736 с.
13. Экономика предприятия [Текст] : учеб. / под ред. проф. Н.А. Сафронова. – М. : Юрист, 2003. – 608 с.
8. L.V. Tselikov. Konkurentosposobnost leather footwear market in the Republic of Belarus // Marketing. – 2000. – №3. – p. 47-55.
9. E.V. Shamal. The quality of the workforce: the essential aspects // Proceedings of the Academy of Labor and Employment. – 2003. – 3/4. – p. 106-112.
10. S.V. Shekshnia. Personnel management of modern organizations. Hands-on training guide – M.: UAB School of Business Intel-Synthesis, 2000. – p. 368.
11. Labor economics and socio-labor relations, Ed. G.G. Melikyan, R.P. Kolosova. – M.: MSU, publ Cheraw, 1996. – p. 623.
12. Labor Economics: (social and labor relations): A Textbook, Ed. N.A. Volgin, JG Odegova. – M.: Publishing house «examination», 2004. – 736 p.
13. Enterprise Economics: A Textbook, Ed. Ed. prof. NA Safronov. – M.: Lawyer, 2003. – 608 p.

Ключевые слова

Оценка; базовые показатели; метод; инструментарий; конкурентоспособность; анализ; предприятия; конкурент; коэффициенты; рабочая сила.

РЕЦЕНЗИЯ

В статье рассматриваются вопросы конкурентоспособности промышленных предприятий. Приводятся причины повышения конкурентоспособности российских предприятий на основе повышения качества рабочей силы.

Показано влияние повышения конкурентоспособности предприятия на увеличение производительности труда.

Главным достоинством работы является авторский подход к проведению анализ методик оценки конкурентоспособности промышленных предприятий и, на основе этого, предложение своей, авторской методики.

Авторская методика основана на применении метода экспертных оценок с помощью комплексного показателя оценки конкурентоспособности предприятий. Данную методику можно применить практически для любого предприятия. Она является универсальной.

Тюкавкин. Н.М., д.э.н., зав. кафедрой экономики Самарского государственного университета

3.2. METHODOLOGICAL APPROACHES TO ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

E.S. Podbornova, Graduate Student

Samara State University

This paper shows the methodological approaches to assessing the competitiveness of enterprises. The author of the analysis of methodologies for assessment of indicators characterizing the competitiveness of enterprises. Except for it the integral index, which gives a comprehensive assessment of competitiveness. The author has marked advantages and disadvantages of the proposed methods.

Literature

1. I. Maximov. Assessment of the competitiveness of industrial enterprises // Marketing. – 1996. – №3.
2. V.L. Belousov. Analysis of the competitiveness of firm / Marketing in Russia and abroad. – 2000. – №5. – P. 63-71.
3. G.B. Savitsky. Business Analysis enterprises. – Minsk: 000 «New Knowledge», 2002. – 703 p.
4. I.U. Zulkarnaev, L.R. Ilyasova. Method for calculating the integrated competitiveness of the industrial, commercial and financial enterprises / Marketing in Russia and abroad. – 2004. – №4.
5. J. Thompson. A. Arthur, A.J. Strickland. Strategic Management: Concepts and situations for analysis. – 12 ed.: Trans. from English. – M.: Publishing house «Williams», 2003.
6. L. Baumgarten. Analysis methods for determining the competitiveness of organizations and products / Marketing in Russia and abroad. – 2005. – №4.
7. R.A. Fatkhutdinov. Management of competitiveness of the organization. – Moscow: Publishing House of Penguin Books, 2005. – 542 p.