

УДК 339.137.2

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДИК ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Депутатова Л. Н., Ворожцова К. А.

ФГБОУ ВПО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», Пермь, Россия (614000, Пермь, Комсомольский проспект, 29), e-mail: milade@mail.ru

Статья посвящена методическим вопросам оценки конкурентоспособности предприятия. Проведен анализ существующих на сегодняшний день методик оценки конкурентоспособности предприятия Моисеевой Н. К., Фатхутдинова Р. А., Минько Э. В., Кричевского М. Л., Филосовой Т. Г. и Быкова В. А. Предложены критерии, определяющие, насколько выбранная методика позволяет учитывать качественные показатели деятельности предприятия: эффективность производства; удовлетворение потребностей потребителя; уровень качества продукта; уровень цены продукта; эффективность товара на рынке; конкурентный потенциал организации; конкурентный потенциал товаров. Данные критерии являются основой для сравнительного анализа методик и позволяют оценить, насколько полно каждая методика отражает конкурентоспособность предприятия. Сравнительный анализ методик позволяет сделать вывод о том, что критерии конкурентоспособности предприятия, конкурентный потенциал организации, конкурентный потенциал товаров не учитываются в данных методиках.

Ключевые слова: конкурентоспособность товара, конкурентоспособность предприятия, методика оценки конкурентоспособности предприятия, критерии оценки.

A COMPARATIVE ANALYSIS OF METHODOLOGIES FOR ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

Deputatova L. N., Vorozhtsova K. A.

«Perm National Research Polytechnic University», Perm, Russia (614000, Perm, Komsomol prospect, 29), e-mail: milade@mail.ru

The article is devoted to methodological issues of assessing the competitiveness of enterprises. An analysis of currently existing methodologies for assessing the competitiveness of enterprises the authors of Moses N. K., Fatkhutdinova R. A., Minko, E. V., Krichevsky M. L., Filosovoy T. G., and Bykov V. A. The criteria that determine how much the chosen method allows to take into account quality indicators of activity: production efficiency, customer satisfaction, product quality, product price level, the effectiveness of product on the market, the competitive potential of the organization, the competitive potential of the goods. The analysis showed that the method Filosova T. G., Bykov V. A. takes into account more fully meet the needs of the consumer level, the level of product quality, product price level, the effectiveness of product on the market. Comparative analysis of methods allows us to conclude that the criteria of competitiveness of the enterprise, the competitive potential of the organization, the competitive potential of the products are not included in the existing methodologies.

Key-words: competitiveness of the goods, the competitiveness of enterprises, enterprise competitiveness assessment methodology, evaluation criteria.

В рыночной экономике решающим фактором коммерческого успеха является конкурентоспособность, которая означает способность превосходить и опережать других.

Конкурентоспособность – категория, которая имеет философский, экономический, социальный аспекты [5], и она применима к различным объектам, в том числе, товарам, предприятиям (фирмам), организациям, отраслям, регионам, странам. В настоящее время борьба за потребителя идет не только на уровне конкурентоспособности товара и его основных составляющих качества, цены и затрат на эксплуатацию, но и на уровне

предприятий, его возможности предложить воплощенное в товаре новое потребительское свойство.

Конкурентоспособность предприятия (фирмы, организации) означает его способность производить конкурентоспособную продукцию за счет эффективного использования своего ресурсного потенциала, качества организации производства и его управления [1]. При этом конкурентоспособность интегрирует все аспекты и факторы функционирования и развития предприятия как объекта управления. В этой связи становится необходимым анализ процессов создания конкурентных преимуществ на уровне предприятия как основной структурной единицы экономики страны. Определение методики оценки конкурентоспособности является важнейшей составляющей для развития экономики в целом. Знание интегральных составляющих показателя конкурентоспособности предприятия позволит эффективно конкурировать на мировом рынке отечественным предприятиям.

Выбор метода количественной оценки конкурентоспособности предприятия является ключевым решением, которое, с одной стороны, должно удовлетворять функциональной полноте и достоверности оценки, а с другой – уменьшить затраты времени и средств на ее определение. Поэтому в алгоритме оценки конкурентоспособности предприятия, как одному из основных этапов, относится этап выбора метода оценивания, заключающийся в раскрытии его сущности, обосновании целесообразности и возможности получения оценки с минимальной погрешностью. Кроме того, метод оценивания определяет возможность получения объективной количественной оценки и может находиться в основе формирования и управления конкурентных преимуществ предприятия и его конкурентного потенциала [9].

В работе проанализированы методики оценки конкурентоспособности предприятия авторов Моисеевой Н. К., Фатхутдинова Р. А., Минько Э. В., Кричевского М. Л., Филосовой Т. Г. и Быкова В. А.

Моисеева Н. К. предлагает оценивать показатель конкурентоспособности производителя по двум элементам: критерий, отражающий в динамике степень удовлетворения потребителя и временной критерий эффективности производства. Первый – показатель конкурентоспособности товара (I_t), а в отношении к диверсифицированной фирме – конкурентоспособность товарной массы. Он определяется отношением суммы потребительских стоимостей всех товаров продуцента к стоимости потребления этих товаров. Вторым критерием является эффективность производственной деятельности, определяемая как отношение показателей эффективности у рассматриваемого продуцента и у соперника. Данный критерий также зависит от времени [4]. Так, Н. К. Моисеевой предложена формула для оценки конкурентоспособности производителя:

$$K_{п} = J_{т} * J_{э};$$

где $K_{п}$ – общий показатель конкурентоспособности по товарной массе; $J_{т}$ – индекс конкурентоспособности по товарной массе; $J_{э}$ – индекс относительной эффективности деятельности предприятия, в состав которой входят показатели рентабельности продаж, активов, основного и собственного капиталов, объема продаж и т.д.

Предлагается также учитывать следующие критерии, определяющие конкурентоспособность организации: критерии, отражающие в динамике степень удовлетворения потребителя; временной критерий эффективности производства.

Достоинством данной методики является то, что она учитывает фактор времени и эффективность работы предприятия. Несовершенство этого подхода состоит в том, что это упрощенный подход к оценке, поскольку он не учитывает такие важные факторы, определяющие конкурентные преимущества организации, как уровень организации и осуществления маркетинга в организации, финансы, экспортный потенциал.

Методика оценки конкурентоспособности предприятия *Р. А. Фатхутдинова* [7] предусматривает расчет уровня конкурентоспособности как средневзвешенной величины по показателям конкурентоспособности конкретных товаров на конкретных рынках. При этом необходимо отдельно определять и анализировать показатели эффективности деятельности предприятия, исходя из конкурентоспособности и эффективности каждого товара на каждом рынке и устойчивости функционирования организации. Перечисленные три конкретных показателя предлагается прогнозировать, как минимум, на пять лет. Для интегральной оценки конкурентоспособности предприятия (организации) в статистике предлагается формула, учитывающая весомость товаров и рынков, на которых они реализуются:

$$K_{орг} = \sum_{i=1}^n a_i b_i K_{ij} \longrightarrow 1;$$

где a_i – удельный вес товара в объеме продаж за анализируемый период, доли единицы, $i = 1, 2, 3, \dots, n$, $\sum_{i=1}^n a_i = 1,0$, b_i – показатель значимости рынка, на котором представлен товар организации.

Для промышленных развитых стран (США, Япония, стран Евросоюза, Канада и др.) значимость рынка рекомендуется принимать, равной 1,0; для остальных стран – 0,7; для внутреннего рынка – 0,5.

Удельный вес i -го товара организации в объеме продаж определяется как отношение:

$$a_i = \frac{V_i}{V}$$

где V_i – объем продаж i -го товара за анализируемый период в стоимостном выражении; V – общий объем продаж организации за тот же период; K_{ij} – конкурентоспособность i -го товара на j -м рынке, которая для однопараметрических объектов определяется по формуле:

$$K_{ij} = \frac{E_{a.o.}}{E_{л.о.}} k'_1 k'_2 k'_n$$

где $E_{a. o.}$ – эффективность анализируемого образца объекта на конкретном рынке, единица полезного эффекта; $E_{л.о.}$ – эффективность лучшего образца конкурента, используемого на данном уровне; $k'_1 k'_2 k'_n$ – корректирующие коэффициенты, учитывающие конкурентные преимущества.

Эффективность объекта находится из выражения: $E = \frac{П_c}{З_c}$;

где $П_c$ – полезный эффект объекта за нормативный срок его службы в условиях конкретного рынка, единица полезного эффекта; $З_c$ – совокупные затраты за жизненный цикл объекта в условиях конкурентного рынка в стоимостном выражении.

При этом для определения и анализа (интегрального) обобщенного конкурентоспособности предприятия необходимо использовать следующие укрупненные группы (факторов) показателей:

1. Полезный эффект товара (интегральный показатель качества), единицы полезного эффекта.
2. Совокупность затраты за жизненный цикл единицы товара.
3. Качество сервиса товара.
4. Удельный вес данного товара в объеме продаж организации доли единицы.
5. Показатели значимости рынков, на которых представлен товар.
6. Параметры товарных рынков.
7. Удельная цена товара.
8. Показатели, учитывающие конкурентные преимущества организации по сравнению с основным конкурентом, у которого этот показатель равен единице.

Методика, предложенная *Фатхутдиновым Р. А.*, имеет ряд существенных недостатков. Это можно показать на следующем примере: предприятие близко к банкротству, но имеет в своем арсенале один или несколько товаров, которые в данный момент являются конкурентоспособными. Наглядный тому пример предприятия ВПК, пользующиеся наработками советских времен. По мнению Л. Н. Чайниковой, устранить этот недостаток можно, если учитывать конкурентный потенциал предприятий [9]. В этом случае конкурентоспособность организации можно представить в следующем виде:

$$K_o = K_t + K_{пo};$$

где K_o – конкурентоспособность организации, K_t – конкурентоспособность товаров, $K_{пo}$ – конкурентный потенциал организации [6].

Методика *Минько Э. В., Кричевского М. Л.* используют как основные показатели для оценки конкурентоспособности предприятия, рентабельности продукции и доли предприятия на рынке.

Показатель конкурентоспособности предприятия может быть выражен в виде:

$$K_{np} = \frac{r}{R} \sqrt{\frac{I}{I_{\Sigma}}} \text{ или } K_{np} = K_r * K_I,$$

$$K_r = \frac{r}{R}, K_I = \sqrt{\frac{I}{I_{\Sigma}}},$$

где K_{np} – показатель конкурентоспособности предприятия; K_r – показатель конкурентоспособности предприятия по рентабельности; K_I – показатель конкурентоспособности предприятия по динамике доли рынка; r – рентабельность продукции предприятия; R – средневзвешенная рентабельность продукции по выработке; I – индекс изменения объемов выручки предприятия; I_{Σ} – индекс изменение объемов по выручки по выработке [3].

Методика *Филосовой Т. Г., Быкова В. А.* используют как основные показатели для оценки конкурентоспособности предприятия уровень товарной конкурентоспособности и интегральный показатель эффективности предприятия. Интегральный показатель конкурентоспособности товара:

$$J = \alpha_{норм} * \alpha_{имидж} * \frac{\beta_1 K_{ТУ} + \beta_2 K_{изг} + \beta_3 K_{обсл} + \beta_4 \alpha_{ЦД} + \beta_5 \alpha_{продв}}{iЦ_{норм}}$$

где $\alpha_{норм}$ – нормативные параметры, выполнение которых обязательно для прохождения через технические барьеры на рынок сбыта конкретной страны (безопасность, экологичность и пр.); $\alpha_{норм} = 0$, если изделие не соответствует стандартам и законодательным нормам конкретного рынка сбыта; $\alpha_{норм} = 1$, если изделие соответствует стандартам и законодательным нормам конкретного рынка сбыта; $\alpha_{имидж}$ – показатель, характеризующий имидж компании (страны) происхождения товара; $K_{ТУ}$, $K_{изг}$, $K_{обсл}$ – соответственно групповые показатели технического уровня, качества изготовления и качества обслуживания товара; $\alpha_{ЦД}$, $\alpha_{продв}$ – коэффициенты, характеризующие эффективность каналов сбыта и продвижения товаров; $iЦ_{норм}$ – индекс цены потребления; β_i – весовые коэффициенты.

Уровень товарной конкурентоспособности необходимо рассматривать для всех товаров, выпускаемых фирмой:

$$J_m = \sum J_i * \xi,$$

где J_i – конкурентоспособность i -го товара; ξ – удельный вес i -го товара по всей товарной массе фирмы в течение определенного времени.

Оценку эффективности производства, как и ранее оценку конкурентоспособности товара, осуществляется на едином методологическом принципе, используя подход, основанный на совместном анализе суммарного эффекта от реализации выпускаемой продукции и затрат, понесенных предприятием, на создание этих потребительских свойств.

Для оценки эффективности деятельности предприятий *Филосова Т. Г.*, *Быков В. А.* рекомендуют применение зависимости следующего вида:

$$J_s = \frac{Q_\Sigma}{L + M + A},$$

где Q_Σ – объем товарной продукции, руб. (или чистая прибыль); L – трудовые ресурсы, выраженные через объем оплаты труда, руб.; M – стоимость израсходованных материальных ресурсов; A – годовая амортизация.

Конкурентоспособность предприятия (в части эффективности производства) по сравнению с ближайшим конкурентом можно оценить по индексу эффективности, т.е.:

$$i = \frac{J_s}{J_{конкур}};$$

В методологическом плане обобщенный показатель конкурентоспособности предприятия следует рассматривать в виде $i_s = \beta_1 j_m + \beta_2 i$;

где j_m – индекс конкурентоспособности по товарной массе; i – индекс относительной эффективности по сравнению с ближайшим конкурентом; β – коэффициент весомости [8].

Методики оценки конкурентоспособности предприятия используют различные показатели работы предприятия: резервы в использовании факторов производства, стоимость конкретных факторов производства, эффективность использования потенциала предприятия. Все методики представляют собой интегральный показатель, состоящий из показателя конкурентоспособности товарной массы и эффективности предприятия.

Основными критериями конкурентоспособности предприятия, исходя из определения, являются: эффективность производства; удовлетворение потребностей потребителя; уровень качества продукта; уровень цены продукта; эффективность товара на рынке; конкурентный потенциал организации; конкурентный потенциал товаров.

Таблица 1. Сравнительная характеристика методик оценки конкурентоспособности предприятия

<i>Критерии конкурентоспособности предприятия</i>	<i>Методика Моисеевой Н. К.</i>	<i>Методика Фатхутдинова Р. А.</i>	<i>Методика Минько Э. В., Кричевского М. Л.</i>	<i>Методика Филосовой Т. Г., Быкова В. А.</i>
Эффективность производства	Учитывается (в сравнении с конкурентами)	Не учитывается	Рентабельность продукции	Интегральный показатель эффективности предприятия
Удовлетворение потребностей потребителя	В целом, не учитывается (в расчете конкурентоспособности товара рассчитывается только сумма потребительных стоимостей товаров)	Учитывается (полезный эффект товара)	Рост доли рынка	Групповые показатели технического уровня, качества изготовления и качества обслуживания товара
Уровень качества продукта	Не учитывается	В целом не учитывается (в формуле отражено только качество сервиса товара)	Не учитывается	Групповые показатели технического уровня, качества изготовления и качества обслуживания товара, нормативные параметры
Уровень цены продукта	В целом, не учитывается (в расчете конкурентоспособности товара рассчитывается только сумма стоимость потребления товаров)	Учитывается (удельная цена товара)	Не учитывается	Индекс цены потребления
Эффективность товара на рынке	В целом, не учитывается (в формуле присутствует обобщенный показатель – индекс конкурентоспособности по товарной массе)	Учитывается (при определении при конкурентоспособности товара)	Учитывается показателем доли рынка товара на рынке	Учитывается через показатель, характеризующий имидж компании (страны) происхождения товара
Конкурентный потенциал организации	Не учитывается	Не учитывается (учтен Чайниковой Л. Н. при определении конкурентоспособности предприятия)	Не учитывается	Частично учитывается через показатель, характеризующий имидж компании (страны) происхождения товара.
Конкурентный потенциал товаров	Не учитывается	Не учитывается. Есть разница – либо это «товар-однодневка», зависит от моды и т.д., либо товар первой необходимости)	Не учитывается	Не учитывается

Итоговые результаты сравнительного анализа представленных нами методик приведены в таблице 1 (составлено авторами). Анализ показал, что методика Филосовой Т. Г., Быкова В. А. учитывает более полно уровень удовлетворения потребностей потребителем, уровень качества продукции, уровень цены продукта, эффективность товара на рынке. Сравнительный анализ методик позволяет сделать вывод о том, что критерии конкурентоспособности предприятия, конкурентный потенциал организации, конкурентный потенциал товаров не учитываются в существующих методиках.

Список литературы

- 1) Еремеева Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг / Н. В. Еремеева, С. Л. Калачев. – М.: КолосС, 2006. – 192 с.
- 2) Лифиц И. М. Формирование и оценка конкурентоспособности товара и услуг / И. М. Лифиц. – М.: Юрайт-Издат. 2004. – 335 с.
- 3) Минько Э. В., Кричевский М. Л. Качество и конкурентоспособность. – СПб.: Питер, 2004. – 268 с.
- 4) Моисеева Н. К. Международный маркетинг: учеб. пособие. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1998. – 320 с.
- 5) Синько В. И. Конкуренция и конкурентоспособность: основные понятия / В. И. Синько // Стандарты и качество. – 2000. – № 4. – С. 54–59.
- 6) Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
- 7) Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособности организации : учеб. пособие / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Изд-во ЭКСМО, 2004. – 544 с.
- 8) Философова Т. Г. Конкуренция и конкурентоспособность :учеб. пособие / Т. Г. Философова, В. А. Быков; под ред. Т. Г. Философовой. – М.: ЮНИТИ-ДИАНА, 2007. – 207с.
- 9) Чайникова Л. Н. Конкурентоспособность предприятия : учеб. пособие / Л. Н. Чайникова, В. Н. Чайников. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 192 с.

Рецензенты:

Мингалева Жанна Аркадьевна, д.э.н., профессор кафедры «Экономика и управление на предприятии» Пермского национального исследовательского политехнического университета, г. Пермь.

Перский Юрий Калманович, д.э.н., профессор кафедры «Менеджмент и маркетинг» Пермского национального исследовательского политехнического университета, г.Пермь.