

## ПРОБЛЕМА ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Бондаренко Т.М.,

Студентка 4 курса

Белорусский национальный технический университет

Руководитель: Короткова Г.А.

При формировании рыночной экономики, когда конкурентно-рыночные механизмы взаимодействия предприятия на рынке приобретают существенное значение, предприятиям, для того, чтобы выжить в данных условиях, необходимо знать свои сильные и слабые стороны.

Как показывает практика, многие белорусские предприятия не готовы к активному ведению конкурентной борьбы. Одной из основных причин этого является непроработанность теоретических и методологических основ построения систем обеспечения конкурентоспособности (КС), а также отсутствие у предприятий эффективных управленческих и организационно-экономических механизмов реагирования на изменения внешней и внутренней среды предприятия.

Сложность решения задачи обеспечения КС обусловлена следующими причинами:

- отсутствием единого подхода к пониманию категорий конкуренции и КС в целом и КС предприятия в частности;
- сложностью определения интегрального критерия КС;
- неадекватностью существующих методов оценки КС;
- сложностью выделения объектов, формирования состава задач и показателей эффективности системы управления КС.

Как это не кажется удивительным, но в настоящее время не существует единого мнения ни о содержании категории КС, ни о подходах и методах ее оценки, ни об объектах управления и методах обеспечения КС. Это легко продемонстрировать на примере некоторых определений категории КС: М. Гельвановский: КС – это обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования; Р.А. Фатхутдинов: КС – это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке; А. Ю. Юданов: КС товара – степень его притягательности для совершающего реальную покупку потребителя.

Традиционно при оценке КС предприятия исходят из того, что КС – это относительная характеристика, отражающая положение предприятия по отношению к состоянию предприятий-конкурентов, сформированная под воздействием количественных и качественных показателей его деятельности. На сегодняшний день существуют несколько методов оценки КС предприятий: на основе теории эффективной конкуренции; на основе теории равновесия; матричный подход; метод И. Ансоффа; финансовый подход; оценка позиций качества выпускаемой продукции.

Оценка с позиций теории эффективной конкуренции акцентирована на определение КС отрасли, что не совсем приемлемо для отдельно взятого предприятия. Оценка КС с позиций теории равновесия, где критерием КС служит наличие у предприятия таких факторов производства, которые могут быть использованы с большей производительностью, чем у конкурентов. Данный подход может быть использован в условиях развитой конкуренции. К сожалению, уровень развития рыночных отношений на отечественных рынках невысок.

Матричные методы оценки КС основываются на так называемой матрице SWOT/IL, которая позволяет провести совместное изучение внешних и внутренних факторов КС предприятия, установить линии связи между его силой и слабостью, внешними угрозами и возможностями. Но этот метод не дает количественной оценки уровня КС предприятия, которая очень важна для практики.

И. Ансофф определяет КС фирмы как рентабельность стратегических капитальных вложений, откорректированную на степень «оптимальности» стратегий и потенциала фирмы. Однако И. Ансофф не рассматривает воздействие на предприятие факторов внешней среды.

Сущность подхода к оценке КС предприятия с позиций качества заключается в сравнении качества продукции оцениваемой фирмы с аналогичной продукцией предприятия-лидера.

Качество продукции является основным критерием КС предприятия. Понятия качества и КС служат для оценки результатов конкретного труда, его общественной полезности и определяются через совокупность потребительских свойств.

Анализ подходов к оценке уровня КС предприятия показывает, что ни один из них не позволяет выполнить комплексную оценку КС. Данная оценка должна вестись путем интеграции подходов по критериям КС: эффективности обслуживания клиентов, результативности маркетинга, устойчивости финансового положения. В качестве метода оценки целесообразно использовать смешанный, хорошо вписывающийся в принципы системного подхода. Интегральный показатель КС фирмы должен находиться как среднее геометрическое значение частных показателей. Среднеарифметический показатель здесь не приемлем, поскольку отрицательные последствия для КС фирмы, вызванные ресурсной составляющей, не могут быть уравновешены положительными условиями, формируемые рыночной составляющей. А так как отечественным предприятиям сейчас приходится конкурировать с западными фирмами, то целесообразно стремиться перенимать их опыт в методах оценки КС, а также системах её обеспечения.