

Таким образом, совокупное значение коэффициента  $K_{зд}$  можно представить как:

$$K_{зд} = \sqrt[n]{K_n^1 \times K_n^2 \times K_n^3 \dots K_n^i \times \left( \frac{1}{I_n^1 \times I_n^2 \times I_n^3 \dots I_n^i} \right)}, \quad (2)$$

где  $K_n^i$  – коэффициенты роста (снижения) «положительных показателей»;  $I_n^i$  – коэффициенты роста (снижения) «отрицательных показателей».

Сходным образом рассчитывается и коэффициент  $K_{эс}$  с той лишь разницей, что сравнение  $i$ -х показателей осуществляется со средним значением по территории или по совокупности хозяйствующих субъектов.

Предложенная методика позволяет максимально точно определить совокупный показатель эффективности удовлетворения спроса на основе двух составляющих – динамической и статической.

*Яшева Г.А., канд. экон. наук  
УО «ВГТУ» (Витебск)*

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТРАСЛИ**

Разработка стратегии повышения конкурентоспособности отраслей и национальной экономики в целом основывается на анализе конкурентоспособности отраслей. Под конкурентоспособностью отрасли понимается ее способность превосходить другие отрасли по вкладу в развитие национальной экономики, который может оцениваться по следующим макроэкономическим показателям: доля отрасли в ВВП, доля инвестиций отрасли, доля отрасли в мировом экспорте, сальдо внешней торговли отрасли, поддержка смежных отраслей.

Обзор существующих научных подходов к оценке конкурентоспособности отрасли свидетельствует о сложности и неразработанности проблемы. Многообразие подходов, множественность и необоснованность показателей, невозможность получить количественную комплексную оценку побудили автора к разработке собственного методологического подхода к оценке конкурентоспособности отрасли.

Для количественной оценки конкурентоспособности отрасли предлагается использовать 3 группы факторов: факторы внешней среды, внутренние факторы влияния и факторы состояния рынка.

Факторы внешней среды характеризуют вклад отрасли в конкурентоспособность национальной экономики, внутренние факторы влияния – фактическую конкурентоспособность предприятий отрасли, факторы состояния рынка – потенциальную конкурентоспособность отрасли. Для каждого фактора влияния разработаны критерии оценки и алгоритм расчета, которые представлены в табл. 1.

## Алгоритм расчета критериев оценки конкурентоспособности отрасли

Фактор влияния	Критерий оценки фактора влияния	Алгоритм расчета
Вклад отрасли в конкурентоспособность национальной экономики	Доля отрасли в ВВП	Объем производства в отрасли / ВП
	Сальдо внешней торговли в отрасли	Объем экспорта – объем импорта
	Доля инвестиций отрасли	Доля инвестиций отрасли в общем объеме инвестиций по промышленности
	Доля отрасли в мировом экспорте	Объем экспорта отрасли / объем мирового экспорта
Состояние рынка	Поддержка смежных отраслей	Объем закупок на внутреннем рынке
	Емкость рынка	$E_p = \text{НП} + \text{И} - \text{Э}$ , где: $E_p$ – реальная емкость рынка, р.; НП – национальное производство товара, р.; И – импорт продукции отрасли, р.; Э – экспорт продукции отрасли, р.
	Средняя рентабельность рынка	Прибыль от реализации в отрасли / основной капитал
	Индекс рыночной конъюнктуры	Спрос на продукцию отрасли / предложение продукции $C = \text{Потр} = \text{Преал} \pm \Delta \text{ТЗ}_{\text{прод}}$ , где: $C$ – объем спроса на продукцию, р.; Потр – объем потребления продукции, р.; Преал – объем реализации продукции, р.; $\Delta \text{ТЗ}_{\text{прод}}$ – изменение товарных запасов у продавцов, р. $\text{П} = \text{Произ} + \text{И} - \text{Э} \pm \Delta \text{ТЗ}_{\text{прод}}$ , где: П – объем предложения продукции, р.; Произ – объем производства национальными производителями, р.; $\text{ТЗ}_{\text{прод}}$ – изменение товарных запасов у производителей, р.
Насыщенность рынка	$H_p = \text{Преал} / E_n$ , где Преал – объем реализации продукции на данном географическом рынке, р.; $E_n$ – потенциальная емкость рынка, р. $E_n = \text{Ч}_n \times \text{Нп} \times \text{Цср}$ , где $E_n$ – потенциальная емкость рынка, р.; $\text{Ч}_n$ – численность потребителей анализируемой продукции данного географического рынка, чел.; Нп – рациональная норма потребления продукции на душу населения, единицы в год, шт.; Цср – средняя цена единицы продукции, р.	
Конкурентоспособность предприятий отрасли	Маркетинг Менеджмент Финансы Производство Инновации Кадры	$K_{cp} = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m \alpha_i \times O_i / 100n$ , где $K_{cp}$ – средняя конкурентоспособность предприятий отрасли, балл; $\alpha$ – значимость показателя критерия, %; $O_i$ – относительная оценка $i$ -ого показателя критерия, балл; $m$ – количество показателей критериев; $n$ – количество предприятий отрасли

Количественная оценка конкурентоспособности отрасли производится по формуле

$$K_o = \sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n I_{ij} / n, \quad (1)$$

где  $K_o$  – конкурентоспособность отрасли, коэффициент;  $I_{ij}$  – индекс  $i$  – ого критерия оценки  $j$ -ого фактора;  $n$  – количество критериев оценки фактора;  $m$  – количество факторов оценки.

Для сопоставимости разнопорядковых критериев оценки предлагается в оценку конкурентоспособности отрасли включать индексы критериев, которые определяются как отношение сравниваемых критериев по отраслям к аналогичному значению критерия отрасли-лидера.

Значение показателя конкурентоспособности отрасли измеряется в пределах  $0 \div 1$ . Целевая функция конкурентоспособной отрасли – максимум интегральной оценки конкурентоспособности (формула 2):

$$K_o \rightarrow \max. \quad (2)$$

Предлагаемый автором подход к выбору критериев оценки конкурентоспособности предприятия основан на теоретических положениях о сущности и факторах конкурентных преимуществ [1]. Для оценки конкурентоспособности предприятий предложены следующие факторы: маркетинг, менеджмент, финансы, производство, инновации, кадры. Методика оценки конкурентоспособности предприятия изложена автором [2].

Критерий «насыщенность рынка» имеет обратное влияние на конкурентоспособность отрасли, поэтому в формуле расчета конкурентоспособности отрасли (1) используется обратная величина этого показателя.

### *Литература*

1. Яшева Г.А. Конкурентоспособность предприятий легкой промышленности: оценка и направления повышения / Г.А. Яшева, Н.Л. Прокофьева, В.В. Квасникова. Витебск: УО «ВГТУ», 2003. С. 116-121.

2. Яшева Г.А. Теоретико-методологические основы конкурентных преимуществ // Веснік БДЭУ. 2004. № 2. С. 36-39.