

науч. статей по материалам междунар. науч.-практ. конф. Калуга, 11 дек. 2020 г. / под ред. В. А. Матчинова, О. Н. Сусликовой. – С. 214–226.

Shamardzina, I. The COVID-19 crisis and new opportunities in the development of international tourism / Z. Harbyleva, I. Shamardina // Ways and methods of adaptation of the economy of the region and enterprises in the conditions of a pandemic and related crisis phenomena : collection of scientific articles based on the materials of the intern. scientific and practical conf., Kaluga, 11 Dec. 2020 / ed. Matchinov V. A., Suslikova O. N. – P. 214–226.

4. Niyazbayeva, A. T. Analysis of theoretical concepts of tourism industry management / A. T. Niyazbayeva, A. S. Yessengeldina // Bulletin of Karaganda University. Economy Series. – Vol. 94. – № 2. – 2019. – P. 35–41.

5. Майорова, И. И. Адаптация к пандемии COVID-19 и восстановление туристского сектора Сахалинской области / И. И. Майорова, Л. Х. Назарова, Д. Е. Балужкин // Вестник НАТ. – № 1. – 2022. – С. 64–66.

Mayorova, I. I. Adaptation to the COVID-19 pandemic and renovation of the tourism sector of the Sakhalin region / I. I. Mayorova, L. H. Nazarova, D. E. Balushkin // Bulletin of NATS. – № 1. – 2022. – P. 64–66.

6. Воронович, И. Н. Развитие видов туризма и их регулирование на государственном уровне / И. Н. Воронович // Материалы II Междунар. науч.-практ. конф. «Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты» / редкол.: И. Н. Воронович (председатель) [и др.]. – Минск : Колорград, 2022. – С. 133–138.

Voronovich, I. N. Development of tourism types and their regulation at the state level / I. N. Voronovich // Materials of the II Intern. scientific and practical conf. “Prospects of tourism development in modern conditions: global trends and regional contexts” / ed. I. N. Voronovich (Chairman) [et al.]. – Minsk : Colorgrad, 2022. – P. 133–138.

7. Менеджмент и рынок: германская модель : учеб. пособие / под ред. проф. У. Рора и проф. С. Долгова. – М. : Изд-во «БЕК», 2015. – 480 с.

Management and the market: the German model : manual / edited by prof. U. Rohr and prof. S. Dolgov. – M. : Publishing House of BEK, 2015. – 480 p.

8. Горбылева, З. М. Кадровый потенциал как детерминанта возрождения туризма / З. М. Горбылева, И. А. Шамардина // Научные труды БГЭУ. – 2021. – С. 108–115.

Harbyleva, Z. Personnel potential as a determinant of tourism revival / Z. Harbyleva, I. Shamardzina // Scientific works of BSEU. – 2021. – P. 108–115.

Статья поступила в редакцию 29.11.2022 г.

УДК 330.88

L. Grintsevich
BNTU (Minsk)
S. Lapina
BSEU (Minsk)

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS TO ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF AN ENTERPRISE

The ability of an enterprise to withstand the volatility of market trends and external challenges is a constant object of study, both in terms of theory and practice. The complexity of determining the

competitiveness of an enterprise lies in the multi-level nature of its formation, a large number of factors that shape it. The article proposes a scheme of interaction between different levels of competitiveness – enterprises, products, industries, regions, countries, national competitiveness. An analysis of methods and approaches to assessing the competitiveness of enterprises has made it possible to compile the author's classification of methods and methods for determining the competitive position of enterprises in order to achieve certain goals, which takes into account the levels of formation of competitiveness and objects of assessment. A critical analysis of the methods for assessing competitiveness made it possible to determine their place in the algorithm for developing an enterprise development strategy and the methodology for determining the level of its competitiveness.

Keywords: assessment approaches; competitiveness of an enterprise; levels of competitiveness; methods for determining a competitive position.

Л. В. Гринцевич

кандидат экономических наук, доцент
БНТУ (Минск)

С. Н. Лапина

кандидат экономических наук, доцент
БГЭУ (Минск)

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Способность предприятия противостоять изменчивости рыночных тенденций и внешним вызовам является постоянным объектом изучения с точки зрения как теории, так и практики. Сложность определения конкурентоспособности предприятия состоит в многоуровневости ее формирования, большом количестве факторов, ее формирующих. В статье предложена схема взаимодействия различных уровней конкурентоспособности: предприятия, продукции, отрасли, региона, страны, национальная конкурентоспособность. Анализ методов и подходов к оценке конкурентоспособности предприятий позволил составить авторскую классификацию методов и методик определения конкурентной позиции предприятий для достижения определенных целей, в которой учтены уровни формирования конкурентоспособности и объекты оценки. Критический анализ методик оценки конкурентоспособности позволил определить их место в алгоритме разработки стратегии развития предприятия и методике определения уровня его конкурентоспособности.

Ключевые слова: подходы к оценке; конкурентоспособность предприятия; уровни конкурентоспособности; методы определения конкурентной позиции.

На современном этапе развития экономических отношений, находящихся под влиянием различных факторов и процессов, многие отечественные предприятия не достаточно готовы к активному ведению конкурентной борьбы. Одной из основных причин выступает непроработанность методологических основ построения систем обеспечения конкурентоспособности, отсутствие эффективных организационно-управленческих механизмов реагирования на изменения внешней и внутренней среды. При всем многообразии научных школ, подходов и работ в области методов оценки и управления конкурентоспособностью продукции, предприятий, регионов, стран, а также с учетом видимого их совершенствования, методики расчета

конкурентоспособности комплексно не систематизированы и не всегда учитывают специфику и факторы, определяющие функционирование субъекта хозяйствования. На сегодняшний момент назрела необходимость решения проблем выбора и определения приоритетности применения конкретных методов оценки конкурентоспособности в тех или иных условиях с учетом специфики деятельности организации на основе обобщения имеющихся в литературе методов и подходов, а также разработки комплексной методики расчета конкурентоспособности предприятия как основного звена экономической системы, которая будет учитывать все уровни и основные факторы, влияющие на конкурентный уровень предприятия. Такая методика сможет стать основой для формирования обоснованного механизма управления конкурентоспособностью предприятий на микро- и макроуровнях, позволит прогнозировать влияние принимаемых на любом уровне решений на конкурентную позицию предприятий.

Как известно, на конкурентоспособность предприятия влияет большое количество различных факторов, как внутренних, так и внешних, которые следует учитывать при ее оценке и управлении.

Предлагается выделять следующие уровни конкурентоспособности, которые взаимосвязаны между собой [1] (рис. 1):

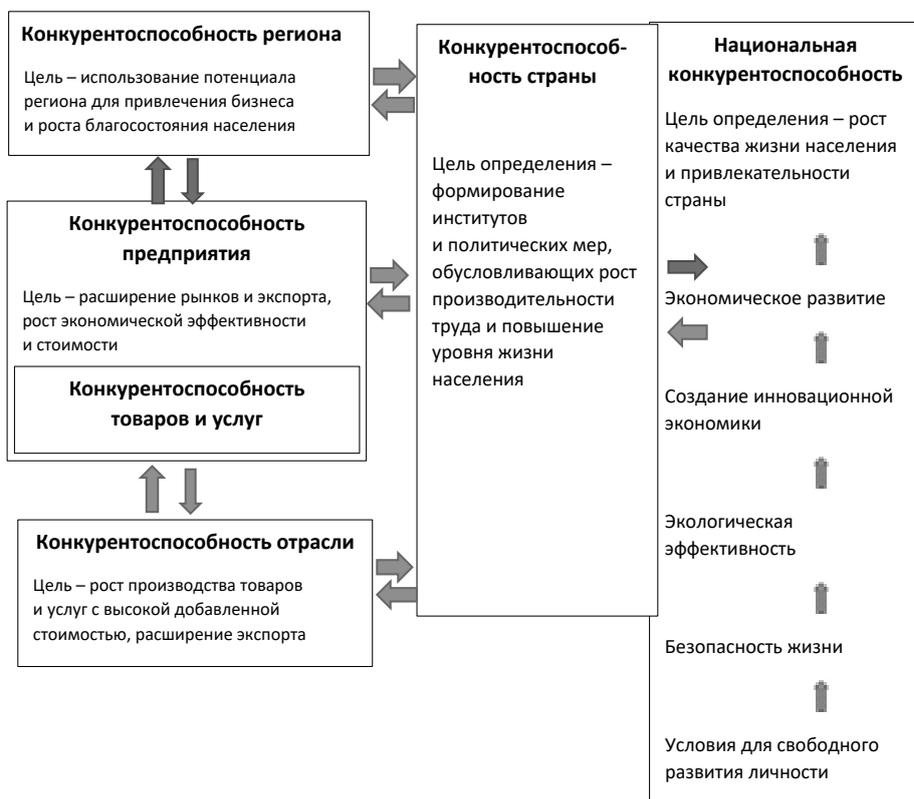


Рис. 1. Взаимодействие между уровнями конкурентоспособности

Источник: разработано автором.

– конкурентоспособность товаров и услуг, которая зависит от конкретного рынка и определяется на конкретный момент времени;

- конкурентоспособность предприятия – способность предприятия успешно функционировать и развиваться с учетом внешних вызовов;
- конкурентоспособность отрасли отражает эффективность отрасли и способность производить продукты с высокой добавленной стоимостью;
- конкурентоспособность региона – это эффективность использования потенциала отдельных местностей для создания наиболее благоприятных условий для жизни людей и привлечения рабочей силы;
- конкурентоспособность страны отражает возможность ее экономического роста и развития, повышение уровня жизни населения;
- национальная конкурентоспособность – более широкое и стратегическое понятие, под которым необходимо понимать рост качества жизни и привлекательность страны для людей. На национальную конкурентоспособность оказывают влияние как экономические факторы, так и уровень социального обеспечения, традиции, сформированный имидж, безопасность, перспективы развития страны и возможности реализации человеческого потенциала.

Обзору и классификации методов определения конкурентоспособности предприятия посвящено немало работ. Например, в работе Ю. В. Баженова [2] все методологические подходы предлагается разделить по принципу направления факторов влияния на подходы, основанные на расчете: а) экзогенных (внешних) показателей; б) эндогенных (внутренних) показателей; в) интегративных (внешних и внутренних) показателей. Внешние показатели учитывают в данном случае динамику показателей предприятия на рынке, внутренние – резервы предприятия в противостоянии внешним воздействиям.

В более ранних работах, например М. Б. Щепаккина, предложена подробная классификация методов на основе формы представления результатов оценки, при этом методы разделяются на матричные, графические, рейтинговые, расчетные, методы, основанные на теории сравнительных преимуществ, основанные на теории равновесия, на структурном или функциональном подходе, методы, учитывающие интенсивность концентрации, методы, учитывающие различные сферы деятельности предприятия [2].

Е. Оразбек использует такие критерии конкурентоспособности, как удобство использования, полноту, доступность информации и объективность [3].

А. А. Якушев и коллектив авторов [4] рассматривают матричные, продуктовые, функциональные и комбинированные методы оценки конкурентоспособности предприятия. Такая классификация является весьма ограниченной и не учитывает весь спектр разработанных методик.

Анализ представленных в научной литературе методических подходов к оценке конкурентоспособности предприятий позволил классифицировать их по следующим группам: матричные, графические, профильные, описательные, стоимостные, рейтинговые, продуктовые, комплексные и рыночные методы (табл. 1).

Разработанные методы принципиально отличаются подходами к оценке конкурентоспособности, объектами и факторами оценки.

Матричные методы оценки конкурентоспособности предприятия основаны на построении матриц в определенной для каждого метода системе координат, в которой чаще всего отражаются скорости развития рынка и позиция товара или предприятия. В современных условиях матричные методы оценки конкурентоспособности целесообразно использовать на ранней стадии развития инновационных организаций, так как они позволят понять, какую долю на рынке займет организация с данным продуктом с учетом жизненного цикла [5].

Таблица 1 – Классификация подходов и методов оценки конкурентного положения предприятия [разработано автором]

Подход	Метод	Оцениваемые показатели							Объект оценки
		Маркетинговые	Экономические	Ресурсы	Организационные	Макроэкономические	Мезоэкономические		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Матричный	Матрица БКГ [7]							продукт	
	Матрица GE / McKinsey [8]							продукт	
	Матрица консультационной фирмы «А. Нильсен»							продукт	
	SWOT-анализ							продукт, предприятие	
	Матрица эластичности конкурентной реакции Ж.Ж. Ламбена							предприятие	
	Матрица (модель) базовых стратегий М. Портера							предприятие	
	Матрица «Привлекательность отрасли / конкурентоспособность» Shell/DPM							продукт	
	Матрица «Стадия развития рынка / конкурентная позиция» Hofer Schendel							продукт	
	Матрица «Стадия жизненного цикла продукции / конкурентная позиция» ADL/LC							продукт	
	Модель 4P							продукт	
PEST – анализ позиции предприятия							продукт, предприятие		

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Графический	Многоугольник (радар) конкурентоспособности							продукт, предприятие
	Метод оставления карты стратегических групп [9, 10]							продукт
	Метод, основанный на исследовании жизненных циклов товаров (технологий, отраслей) [11]							продукт, предприятие
	Метод профиля требований							продукт, предприятие
	Профиль полярностей							продукт, предприятие
Описательный	Бенчмаркинг							продукт, предприятие
	RMS-модель							продукт
	LOTS-анализ							продукт
	GAP-анализ							продукт
Стоимостной	Доходный							предприятие
	Сравнительный							предприятие
	Загрятный							предприятие
	На основе опционов							предприятие
Операционный	Анализ							предприятие
	Оценивается конкурентоспособность продукции [12, 13]							продукт
Продуктовый	Оценивается конкурентоспособность продукции [12, 13]							продукт
	Ю. Ю. Сальников, Н. Н. Терещенко [14]							предприятие
Комплексный	Модульный подход В. А. Васильевой [15]							предприятие
	Индекс концентрации							предприятие
	Индекс Херфиндала-Хирсмана							предприятие
	Индекс Розенблота							предприятие
	Показатель энтропии (упорядоченности)							предприятие
Рыночный	Коэффициент вариации							предприятие
								предприятие

Источник: разработано автором.

Графические методы оценки конкурентоспособности предназначены прежде всего для визуализации текущего положения предприятия по различным характеристикам по отношению к конкурентам. Недостатком данной группы методов можно считать исключение проведения анализа причин происходящего и осложнение выработки управленческих решений, а неоспоримым достоинством – их наглядность, поэтому они применимы для иллюстрации результатов рыночных исследований.

Описательные методы оценки конкурентоспособности позволяют определить различные аспекты деятельности анализируемых предприятий. Достоинство таких методов состоит в широкой интерпретации характеристик, возможности учесть их динамику. Недостатки – субъективность и неоднозначность оценки.

Стоимостные методы оценки конкурентоспособности предприятия базируются на утверждении, что целью его развития является максимизации стоимости бизнеса. К методам оценки стоимости бизнеса относятся доходный, сравнительный, затратный, опционный, учитывающие всю существенную информацию о деятельности исследуемого промышленного предприятия. Это направление оценки можно считать достаточно достоверным, но только для предприятий, вышедших на фондовый рынок, что является ограничением для белорусских предприятий.

Группа *операционных методов* основана на базовых положениях теории эффективной конкуренции, согласно которой уровень конкурентоспособности хозяйствующего субъекта определяется степенью эффективности организации деятельности отдельных подразделений предприятия. Состав и структура оцениваемых показателей существенно варьируются в зависимости от исследуемой отрасли и автора методики. В рамках оценки конкурентоспособности каждый из показателей сопоставляется с аналогичным показателем конкурирующего хозяйствующего субъекта (либо эталонным значением), в результате чего определяются частные коэффициенты эффективности по каждой операции. В дальнейшем в зависимости от метода в целях оценки конкурентоспособности предприятия полученные частные коэффициенты эффективности подвергаются различной математической обработке. Чаще всего показатель конкурентоспособности предприятия находится путем вычисления средневзвешенного значения из частных коэффициентов эффективности.

Достоинством данной группы методов можно назвать простоту расчетов и возможность однозначно интерпретировать результаты. Однако показатели в этих методах отражают прошлое или текущее положение дел и не учитывают факторы макроокружения. Основной проблемой операционных методов является то, что их применение требует сбора больших массивов данных об объектах оценки, в силу чего трудоемкость и стоимость проведения такой оценки становятся чрезмерными.

Вследствие этого позволить себе исследование конкурентоспособности предприятия с помощью операционных методов из-за их большой трудоемкости могут исключительно специализированные организации.

Продуктовые методы основаны на утверждении, что конкурентоспособность продукции повышается при увеличении потенциала качества выпускаемых товаров и уменьшении их стоимости [6]. Достоинство данных методов – простота и наглядность проведения оценки, понятное соотношение конкурентоспособности продукции и конкурентоспособности предприятия. Однако данные методы не учитывают влияния микро- и макроокружения на конкурентную позицию предприятия.

Комплексные методы оценки конкурентоспособности предприятия основаны на интегральной оценке, полученной путем сопоставления текущей и потенциальной конкурентоспособностей. На основании различных оценочных таблиц и матриц эксперты оценивают конкурентную позицию предприятия. Достоинство этих методов заключается в динамической оценке конкурентоспособности, гибкости применяемых показателей, определении степени их влияния на конкурентоспособность, в возможности прогнозировать показатели в зависимости от разных вариантов наступления событий [7]. Недостаток методов – это субъективность и неоднозначность экспертной оценки отдельных показателей.

Рыночные методы оценки конкурентоспособности предполагают определение доли предприятия или группы предприятий на рынке и изменение этой доли под воздействием различных факторов. Рыночные методы могут быть дополнением ко всем предыдущим методам оценки конкурентоспособности.

Для оценки конкурентной позиции предприятия и разработки стратегии ее укрепления представленные методы могут применяться как по отдельности, так и в комплексе, в зависимости от поставленных задач и цели оценки. Так, для оценки конкурентной позиции предприятия на конкретном рынке могут применяться матричные, описательные, рыночные группы методов. Графические методы при этом будут нести больше иллюстративную функцию. Применение комплексных и стоимостных методов позволяет оценить текущую конкурентоспособность предприятия со стороны его руководства и инвесторов. Инвесторов также могут интересовать перспективы развития бизнеса в конкретном регионе, и для такой оценки подойдут методы, учитывающие макроэкономические условия (табл. 1). Однако среди представленных методов практически нет методик, которая позволит на уровне государственных органов оценивать влияние принимаемых решений на конкурентоспособность предприятий, развитие регионов и страны в целом.

К категории комплексных методов можно отнести *метод оценки международной конкурентоспособности предприятия* [8]. Общая формула расчета уровня конкурентоспособности предприятия может выглядеть следующим образом:

$$\text{УКС}_{\text{предприятия}} = \frac{a * \text{УКС}_{\text{тов}} + b * \text{УКС}_{\text{техн}} + c * \text{УКС}_{\text{отр}} + d * \text{УКС}_{\text{стр}}}{a + b + c + d},$$

где $\text{УКС}_{\text{тов}}$ – средний уровень конкурентоспособности продукции (товаров и услуг) оцениваемого предприятия; – уровень конкурентоспособности процессов (технологических и организационных на предприятии); $\text{УКС}_{\text{техн}}$ – уровень конкурентоспособности отрасли; $\text{УКС}_{\text{отр}}$ – уровень конкурентоспособности страны; a, b, c, d – коэффициенты весомости, отражающие влияние отдельных уровней конкурентоспособности на продаваемость товаров и общую стоимость предприятия на международных рынках.

Средний уровень конкурентоспособности продукции предприятия может быть определен с учетом международной конкурентоспособности отдельных видов товаров и услуг, реализуемых предприятием, и их доли на международных рынках:

$$\text{УКС}_{\text{тов}} = \sum_{i=1}^n k_i * \text{УКС}_{\text{тов}i},$$

где k_i – доля i -го товара в общей выручке предприятия, доли единицы;

$\text{УКС}_{\text{тов}i}$ – уровень международной конкурентоспособности i -го товара, определенный любым способом, описанным в учебниках по экономике предприятия и маркетингу.

Для оценки конкурентоспособности отрасли можно использовать методику оценки уровня технологического развития отраслей экономики, используемую Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь.

В качестве уровня конкурентоспособности страны лучше использовать общепринятый Индекс глобальной конкурентоспособности – The Global Competitiveness Index (WEF). Однако в связи с тем, что Республика Беларусь не включена в данный рейтинг, вместо него можно использовать Индекс глобализации – Index of Globalization, который в наибольшей степени отражает участие страны в международном разделении труда.

Таким образом, на сегодняшний момент не существует универсального метода оценки конкурентоспособности. Это вполне закономерно, потому что все разнообразие целей, факторов и условий оценки конкурентоспособности невозможно свести к единому значению (уровню конкурентоспособности предприятия). Различные методы надо учитывать в определенных условиях или на разных этапах разработки стратегии развития предприятия с позиции руководства предприятия или с позиции государственного менеджмента при разработке промышленной политики.

Источники

1. Гринцевич, Л. В. Формирование международной конкурентоспособности предприятия «Ресурсосбережение. Эффективность. Развитие» [Электронный ресурс] / Л. В. Гринцевич // Материалы V Республиканской науч.-практ. конференции, г. Донецк, 30 октября 2020. – Донецк : ДонНТУ, 2020. – С. 267–274.

Grintsevich, L. V. Formation of the international competitiveness of the enterprise “Resource saving. Efficiency. Development” [Electronic resource] / L. V. Grintsevich // Materials of the V Republican scientific and practical conf., Donetsk, October 30, 2020. – Donetsk : DonNTU, 2020. – P. 267–274.

2. Баженов, Ю. В. Методические подходы к оценке конкурентоспособности предприятия: значимость информационных факторов в условиях турбулентности окружающей среды [Электронный ресурс] / Ю. В. Баженов // Современная конкуренция. – 2019. – Т. 13, № 4 (76). – С. 93–118. – Режим доступа: DOI 10.24411/1993-7598-2019-10407.

Bazhenov, Yu. V. Methodological approaches to assessing the competitiveness of an enterprise: the importance of information factors in a turbulent environment [Electronic resource] / Yu. V. Bazhenov // Modern competition. – 2019. – Vol. 13, № 4 (76). – P. 93–118. – Mode of access: DOI 10.24411/1993-7598-2019-10407.

3. Оразбек, Е. Классификация методов оценки конкурентоспособности / Е. Оразбек // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – № 31. – С. 904–913.

Orazbek, E. Classification of methods for assessing competitiveness / E. Orazbek // Innovations. The science. Education. – 2021. – № 31. – P. 904–913.

4. Якушев, А. А. Современные методы и алгоритм оценки корпоративной конкурентоспособности [Электронный ресурс] / А. А. Якушев, Д. В. Крайнова, Т. А. Баранчугова // Kant. – 2021. – № 2 (39). – С. 126–132. – Режим доступа: DOI 10.24923/2222-243X.2021-39.24.

Yakushev, A. A. Modern methods and algorithm for assessing corporate competitiveness [Electronic resource] / A. A. Yakushev, D. V. Krainova, T. A. Baranchugova // Kant. – 2021. – № 2 (39). – P. 126–132. – Mode of access: DOI 10.24923/2222-243X.2021-39.24.

5. Смирнова, А. А. Модификация матрицы БКГ для оценки портфеля проектов компании [Электронный ресурс] / А. А. Смирнова, И. С. Антонова // Beneficium. – 2020. – № 1 (34). – С. 21–29. – Режим доступа: DOI 10.34680.

Smirnova, A. A. Modification of the BCG matrix for assessing the company's project portfolio [Electronic resource] / A. A. Smirnova, I. S. Antonova // Beneficium. – 2020. – № 1 (34). – P. 21–29. – Mode of access: DOI 10.34680.

6. Кучина, Е. В. Методические основы оценки конкурентоспособности предприятия в условиях нестабильной экономической среды [Электронный ресурс] / Е. В. Кучина, Д. А. Баева // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. – 2016. – № 4. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-osnovy-otsenki-konkurentosposobnosti-predpriyatiya-v-usloviyah-nestabilnoy-ekonomicheskoy-sredy>. – Дата доступа: 22.11.2022.

Kuchina, E. V. Methodological bases for assessing the competitiveness of an enterprise in an unstable economic environment [Electronic resource] / E. V. Kuchina, D. A. Baeva // Bulletin of PNIPIU. Socio-economic sciences. – 2016. – № 4. – Mode of access: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-osnovy-otsenki-konkurentosposobnosti-predpriyatiya-v-usloviyah-nestabilnoy-ekonomicheskoy-sredy>. – Date of access: 11.22.2022.

7. Лапина, С. Н. Конкурентоспособность организации : практикум / С. Н. Лапина [и др.]. – Минск : БГЭУ, 2018. – 199 с.

Lapina, S. N., Competitiveness of the organization : workshop / S. N. Lapina [et al.]. – Minsk : BSEU, 2018. – 199 p.

8. Гринцевич, Л. В. Методы определения уровня конкурентоспособности предприятия // Инженерный бизнес : сб. докладов по материалам Международной науч.-практ. конф., Минск, 1 декабря 2020 г. – Минск : БНТУ, 2020. – С. 78–84.

Grintsevich, L. V. Methods for determining the level of competitiveness of an enterprise // Engineering business: a collection of reports based on the materials of the Intern. scientific and practical conf., Minsk, December 1, 2020. – Minsk : BNTU, 2020. – P. 78–84.

Статья поступила в редакцию 20.11.2022 г.

УДК 339.138:338.46

A. Dzemchanka
BSEU (Minsk)

CELLULAR SERVICES MARKET: FEATURES, STRUCTURE, CONSUMER PREFERENCES

The article gives an assessment of the main indicators of the development of the cellular communication services market of the Republic of Belarus, reveals its features, structural organization and growth factors. The author defines the priority range of services, as well as highlights innovative directions for the development of the cellular services market, taking into account the characteristics of services, consumer preferences and changes in the external environment.

Keywords: market of cellular communication services; traffic; packet data transfer technologies; range of services; consumer preferences; multimedia content; voice services; convergent services.