

УДК: 338

Сенникова Алина Евгеньевна,

Шахов Илья Вячеславович

Кубанский государственный аграрный университет имени

И.Т. Трубилина

[DOI: 10.24411/2520-6990-2019-10245](https://doi.org/10.24411/2520-6990-2019-10245)

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ФИРМЫ

Sennikova Alina Evgenievna,

Shakhov Ilya Vyacheslavovich

Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin

ANALYSIS OF COMPETITIVENESS OF THE FIRM

Аннотация

Тема статьи посвящена актуальной проблеме оптимизации методов анализа уровня конкурентоспособности предприятий. Цель исследования – изучить теоретические и методологические аспекты анализа конкурентоспособности предприятий. Для достижения цели необходимо решить такие задачи, как охарактеризовать понятие и сущность конкурентоспособности предприятия; исследовать уровень и показатели конкурентоспособности предприятия; описать актуальные методы и модели анализа конкурентоспособности. Практическая значимость и результаты исследования состоят в обобщении подходов к анализу конкурентоспособности предприятий.

Abstract

The article is devoted to the actual problem of optimization of methods of analysis of the level of competitiveness of enterprises. The purpose of the study is to study the theoretical and methodological aspects of the analysis of the competitiveness of enterprises. To achieve the goal it is necessary to solve such tasks as how to characterize the concept and essence of enterprise competitiveness; explore the level and indicators of enterprise competitiveness; describe current methods and models of competitiveness analysis. The practical significance and results of the study consist in the generalization of approaches to the analysis of the competitiveness of enterprises.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, конкуренция, конкурент, анализ конкурентоспособности, уровень конкурентоспособности, методы оценки конкурентоспособности.

Key words: company competitiveness, competition, competitor, competitiveness analysis, level of competitiveness, competitiveness assessment methods.

Экономика страны функционирует в условиях неограниченной конкуренции с максимальной эффективностью. Конкурентоспособность предприятия – это его потенциал, возможности, а также гибкость в приспособлении к рыночным отношениям. Способы повышения конкурентоспособности предприятий в этих условиях во многом определяют повышение качества продукции, снижение цен на услуги, внедрение инноваций и новых технологий, поиск новых возможностей.

Исследователи проблемы конкурентоспособности разработали множество более или менее действенных методов оценки (анализа) конкурентоспособности предприятий. Понимание данных методов и их эффективное применение позволит оценить и усовершенствовать конкурентные преимущества предприятия. Это повышает актуальность проблемы исследования.

Согласно различным источникам научной литературы, «конкурентоспособность предприятия» как понятие, исследуется с трех позиций:

1. Рассмотрение конкурентоспособности предприятия, как характеристика внешней и внутренней деятельности организации, не рассматривая товар. В. В. Царев вносит определение конкурентоспособности предприятия как влияние комплекса показателей внутренней и внешней среды его функционирования [9, с. 39].

2. Определения, основывающиеся только на товаре как главной составляющей конкурентоспособности. А. А. Машковская, О. А. Лымарева рассматривают конкурентоспособность организации, как способность фирмы вырабатывать конкурентоспособную услугу или товар [4, с. 158].

3. Рассмотрение конкурентоспособности предприятия как взаимодействие товара и производственной деятельности предприятия. А. Т. Похилько считает, что конкурентоспособность организации представляет собой сравнительную характеристику, которая отражает различия процесса развития конкретного производителя от конкурента (по таким факторам как степень удовлетворения собственными услугами и товарами определенной общественной потребности, уровень результативности производственной деятельности) [6, с. 105].

Под конкурентоспособностью предприятия необходимо понимать превосходство субъекта хозяйствования над конкурентами, которое оценено внешней средой, в определенных сегментах рынка, на конкретный момент и получено без ущерба окружающим. Оно определяется степенью конкурентоспособности его определенных товаров, уровнем конкурентных возможностей, которые характеризуются умением в настоящем времени, а так же и

на будущее, создавать, производить, реализовывать, обслуживать услуги, превосходящие аналогичные услуги по критерию «качество-стоимость».

Уровень конкурентоспособности компании является показателем, который зависит от ряда факторов. Показателями конкурентоспособности компании являются факторы, к которым, по мнению большинства исследователей, относятся следующие: конкурентоспособность продукции или услуг на рынках (внутреннем и внешнем); вид услуги или продукции; емкость рынка (определяющий объем ежегодной реализации); вероятность входа на рынок; положение на рынке компаний-конкурентов; степень однородности рынка; отраслевая конкурентоспособность в целом; потенциал введения инноваций; конкурентоспособность данной территории и государства (при выходе на международный рынок) [5, с. 61].

На сегодняшний день многие российские ученые-экономисты стремятся исследовать и по возможности использовать на практике большое количество методик оценки уровня конкурентоспособности компании. В частности, разбирая показатели, которые характеризуют оценочные факторы конкурентоспособности компании, Е. В. Салимгараева, В. К. Романович полагают, что итоговым индикатором оценки конкурентоспособности, как компании, так и товаров (услуг), можно принимать рыночную долю, которую занимают данные товары, услуги или компании, и взаимосвязанные с ней показатели [7, с. 407].

Р. А. Фатхутдиновым, в свою очередь, предлагается рассматривать конкурентоспособность компании по четырем группам показателей, затрагивающих все главные аспекты деятельности фирмы:

- преимущества во внешней среде (инфраструктура региона, макросреда, микросреда);
- преимущества во внутренней среде (ресурсы, организация процессов, технологии);
- преимущества в ресурсоемкости и качестве выпускаемых новшеств, товаров (новшества, услуги, товары);
- преимущества рынков (по объему рынков, по количеству конкурентов, по безопасности торговли, по надежности и оперативности финансовых операций) [8, с. 213].

В своем труде по выявлению выбора методов оценки конкурентоспособности компании А. Р. Аблаев условно разделяет все оценочные методы на качественные и количественные. Согласно его точке зрения, качественные методы оценки включают в себя модель М. Портера и метод профилей, а количественные методы, которые позволяют осуществить целостную оценку конкурентоспособности, включают в себя методы, базирующиеся на факторных и интегральных показателях [1, с. 4].

А. Х. А. Ахмед считает, что методики по анализу конкурентоспособности можно поделить на три группы. В первую группу методов входят оценочные методы, в которых конкурентоспособность компании приравнивается к конкурентоспособности продукции. Главным несовершенством предо-

ставленных методов является то, что в них не проявляется в четком виде стратегическая нацеленность на оптимизацию ресурсов и усовершенствование внутренних процессов.

Во вторую группу методов входят методы, в которых конкурентоспособность компании приравнивается к его конкурентному потенциалу, а позиция продукции на рынке не учитывается.

Третья группа включает методы, которые интегрируют конкурентоспособность продукции и конкурентный потенциал компании [2, с. 9].

Р. К. Горшков, проведя анализ существующих методов оценки конкурентоспособности предприятия, считает, что наиболее известными методами по своей сущности и форме являются:

- матричные методы выбора целевого рынка (матрица БКГ, SWOT-анализ, модель «Мак Кинзи», матрица консультационной фирмы «А. Нильсен»);
- методы, основанные на способах определения уровня качества и/или конкурентоспособности товара и отождествлении результатов оценки с конкурентоспособностью предприятия (маркетинговые и квалиметрические методы, в основе которых лежит нахождение соотношения цена-качество, рассчитываются с помощью экономического и параметрического индекса конкурентоспособности);
- методы, использующие теорию эффективной конкуренции;
- графические методы;
- методы на основе определения интегральной конкурентоспособности предприятий (комплексный метод) [3, с. 115].

На наш взгляд, самые известные и распространенные на сегодняшнее время методы и модели оценки конкурентоспособности компании можно поделить на две группы: расчетные методы (анализ на базе расчета рыночной доли, рейтинговой оценки, метод оценки на базе потребительной стоимости, метод оценки на базе теории эффективной конкуренции,) теоретические (SWOT-анализ, матрица БКГ, PEST-анализ, метод «многоугольник конкурентоспособности компании», матрица конкуренции М. Портера).

Несмотря на довольно масштабный уровень исследований относительно конкурентоспособности, не выработан единый подход к решению вопросов по анализу конкурентоспособности компаний. Каждым исследователем, отталкиваясь от своего видения решения данных задач, наличествующих данных, целей оценки, специфик бизнеса, разрабатывается специальная методика оценки либо вносятся корректировки в имеющиеся методы.

Указанные методы по анализу конкурентоспособности компаний говорят о существовании колоссального числа методов по управлению конкурентоспособностью. Тем не менее, данные методы не дают полноценного представления об уровне конкурентоспособности компании, поскольку при их применении учитываются не все моменты деятельности конкретной фирмы. Нужно применять несколько из них одновременно.

В некоторых случаях применение различных методик в оценивании конкурентной способности компании приводит к противоречивым и неоднозначным результатам.

Таким образом, на сегодняшний день является актуальной задача по формированию достоверной и объективной методики оценивания конкурентоспособности компаний с возможностью приспособления к спецификам компаний разных сфер работы.

Список литературы

1. Аблаев А. Р. Выбор метода оценки конкурентоспособности предприятия // Вестник СевНТУ. – 2017. – № 130. – С. 3-7.
2. Ахмед А. Х. А. Оценка конкурентоспособности фирмы // Казанский экономический вестник. – 2018. – № 2 (32). – С. 5-11.
3. Горшков Р. К. Анализ существующих методов оценки конкурентоспособности предприятия // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2016. – № 2. – С. 114-117.
4. Машковская А. А., Лымарева О. А. Влияние методов управления предприятием на его конкурентоспособность // Творчество молодых ученых

и студентов в области экономических наук: материалы междунар. конкурса. – Краснодар: ФГБУ «РЭА» Минэнерго России, 2018. – С. 158-163.

5. Парфенова М. В. Анализ факторов, влияющих на конкурентоспособность фирмы // Аспирант. – 2018. – № 2 (39). – С. 58-63.

6. Похилько А. Т. Конкурентоспособность предприятия, как один из показателей эффективной деятельности предприятия // Заметки ученого. – 2017. – № 1-2. – С. 105-107.

7. Салимгараева Е. В., Романович В. К. Конкурентоспособность предприятий – основа стратегии развития предприятия // Молодежь и наука: развитие творческого потенциала: материалы Междунар. науч.-практ. конф. – М.: Канцлер, 2016. – С. 405-408.

8. Фатхутдинов Р. А. Стратегическая конкурентоспособность. – М.: Экономика, 2015. – 504 с.

9. Царев В. В. Анализ конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология. – М: Юнити-Дана, 2015. – 799 с.