

УДК 658.009.12(043)

О.Н. МУСТАФИНА

*ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», г. Казань*

## ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, факторы конкурентоспособности, конкурентные преимущества, промышленные предприятия, стратегическое управление, методы оценки конкурентоспособности

**Аннотация:** в статье рассматриваются существующие подходы к определению понятия конкурентоспособности предприятия. Проведен сравнительный анализ методов оценки конкурентоспособности предприятия, позволивший классифицировать их по различным признакам. Особое внимание было уделено выявлению ограничений использования рассмотренных методов.

В условиях кризисного и посткризисного развития отечественной экономики важнейшей задачей стратегического управления предприятием становится обеспечение его конкурентоспособности за счет достижения конкурентных преимуществ и их сохранения в долгосрочной перспективе [1]. Однако, на сегодняшний день отсутствует устоявшаяся точка зрения по вопросам стратегического управления конкурентоспособностью предприятия. Это связано, в первую очередь с имеющимися различиями в понимании сущности конкурентоспособности предприятия, которые предопределили наличие некоторой неопределенности при выборе инструментов управления ею.

Другой важнейшей проблемой, возникающей при разработке мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности предприятия, является определение метода ее оценки. Существующая практика стратегического

управления характеризуется большим разнообразием методов определения конкурентоспособности предприятия, а также наличием целого ряда методических подходов, используемых при ее оценке.

Все это предопределяет необходимость систематизации существующих подходов к определению понятия конкурентоспособности предприятия, а также методов ее оценки с целью формирования методической основы для разработки мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности предприятия и выпускаемой ими продукции.

Понятие конкурентоспособности как экономической категории имеет сложный многоаспектный характер. В самом общем смысле конкурентоспособность означает способность опережать других, используя свои преимущества в достижении поставленных целей. Следует отметить, что понятие конкурентоспособности различными исследователями определяется по-разному. И.П. Фаминский указывает на многовариантность этого понятия, которая приводит к тому, что некоторые исследователи под конкурентоспособностью понимают только лишь некоторые технические характеристики продукции или фирмы [2]. На наш взгляд, стратегическое управление предприятием и его конкурентоспособностью должно носить комплексный характер. Выделение же лишь некоторых аспектов деятельности предприятия, в качестве критериев его конкурентоспособности, акцентируя внимание только на отдельных сторонах его деятельности, является не совсем правомерным.

Необходимо отметить, что существует значительный разброс мнений по этому вопросу. Чаще всего конкурентоспособность предприятия носит относительный характер и нередко сводится к способности предприятия производить конкурентоспособную продукцию. И это вполне естественно, так как, во-первых, понятие конкурентоспособности продукции является базовым в иерархии понятий конкурентоспособности, во-вторых, конкурентоспособность предприятия не может быть достигнута без производства конкурентоспособной продукции.

Под конкурентоспособностью предприятия многими исследователями понимается его способность лучше отвечать требованиям конкретного рынка в рассматриваемый период времени по сравнению с аналогом-конкурентом. Однако конкурентоспособность предприятия в зависимости от субъекта исследования может интерпретироваться по-разному. Так, конкурентоспособность предприятия с позиции потребителей может рассматриваться как способность удовлетворять потребности (решать проблемы) потребителей на основе производства товаров и услуг, превосходящих конкурентов по требуемому набору параметров. Для производителей конкурентоспособность предприятия определяется способностью производить товары и услуги, отвечающие требованиям мировых и внутренних рынков, и создавать условия роста потенциала конкурентоспособности. Для инвесторов конкурентоспособность предприятия сводится к способности использовать ресурсы предприятия для динамичного развития и расширения рынков сбыта, увеличения рыночной стоимости предприятия. Для субъектов рынков – партнеров (отрасль, регион, кластер, государство) – способность производить конкурентоспособную продукцию и создавать условия роста потенциала конкурентоспособности на основе инновационных факторов роста [3].

Определение конкурентоспособности предприятия исходя из характеристик товара предлагается Г.И. Яковлевым. При этом обладание перспективным товаром или услугой определяет потенциальную конкурентоспособность предприятия. Реальная конкурентоспособность предприятия обеспечивается комплексом рыночной тактики и стратегии предприятия, вовлечением в мирохозяйственные связи. Она представляет собой степень притягательности товара для покупателя на внешнем и внутреннем рынке посредством покупки, показывающей конечную оценку совокупности потребительских свойств данного товара [4].

Рассмотренные определения конкурентоспособности предприятия охватывают различные аспекты его деятельности. Однако большинство из них предполагает сравнение предприятия с другими, то есть носит относительный характер. С

позиции же решения задач управления больший интерес представляет несколько иная точка зрения. Так, например, в работе [5] Шигаповой З.Ф. обосновывается положение о том, что определение конкурентоспособности предприятия должно иметь управленческую направленность, устанавливать взаимосвязь его содержательных элементов, указывать направление разработки метода оценки уровня конкурентоспособности.

В научной литературе встречаются и другие определения, рассматривающие конкурентоспособность предприятия с аналогичных позиций. Так, например, Н.З. Сафиуллин и Л.Н. Сафиуллин в работе [6] определяют конкурентоспособность предприятия как высокоэффективную деятельность субъекта, выраженную в высоком качестве товаров и услуг, представляемых потребителям, и соответственно наиболее полно удовлетворяющих потребительскому спросу, а также как способность субъектов оптимально управлять и использовать производственные, научно-технические, коммерческие и трудовые потенциалы, то есть достигать конкурентное преимущество во всех сферах деятельности в условиях воздействия окружающей среды. Здесь авторы указывают на значимость эффективности, которая, несомненно, является необходимым условием конкурентоспособности предприятия.

В работе [7] конкурентоспособность предприятия рассматривается как его способность стабильно функционировать в долгосрочной перспективе, успешно нейтрализуя негативное воздействие внешнего окружения на экономическое состояние предприятия за счет эффективного использования собственного ресурсного потенциала. В этом определении подчеркнута значимость стабильности функционирования предприятия, которое также в значительной степени зависит от эффективности его деятельности.

Таким образом, если рассматривать конкурентоспособность предприятия не как сравнительную, а как его абсолютную характеристику, то под конкурентоспособным предприятием нужно понимать, во-первых, прибыльное

предприятие, во-вторых, предприятие, обладающее высокой эффективностью, в-третьих, стабильно функционирующее предприятие.

Важное место в системе стратегического управления предприятием занимает проблема оценки его конкурентоспособности. Существует большое разнообразие методов оценки конкурентоспособности предприятия [8]. Их можно классифицировать по целому ряду признаков: по содержанию понятия конкурентоспособности предприятия, по способу определения значений учитываемых показателей, по способу получения интегрального показателя и по способу определения весовых коэффициентов различных показателей (рис. 1).



Рис. 1. Классификация методов оценки конкурентоспособности предприятия

По содержанию понятия конкурентоспособности предприятия можно выделить три группы показателей, в основе которых лежит различное понимание его сущности. Показатели первой группы определяются исходя из того, что конкурентоспособность предприятия отождествляется с конкурентоспособностью товара, поскольку результатом функционирования предприятия является продукт.

Во второй группе конкурентоспособность предприятия приравнивается к его конкурентному потенциалу. Используемые при этом показатели могут отражать большое количество факторов, связанных с функционированием предприятия. К третьей группе относятся показатели, оценивающие как конкурентоспособность товара, так и конкурентный потенциал предприятия. Показатели этой группы учитывают влияние факторов, более полно описывающих деятельность предприятия и его положение на рынке.

Другой подход к классификации показателей конкурентоспособности предприятия основан на различиях в способе определения значений единичных показателей [9]. Проблема разной размерности показателей, отражающих различные факторы, учитываемые в интегральном показателе, решается либо делением на эталонное значение для этого показателя, либо переводом с помощью определенных формул всех значений в баллы, либо определением балльных оценок экспертным методом.

Еще один подход к проведению классификации показателей конкурентоспособности предприятия связан с различиями в используемых способах получения интегрального показателя. Выражение показателя, описывающего конкурентоспособность предприятия, может принимать вид простой суммы единичных показателей, среднего арифметического (геометрического) единичных показателей, среднего взвешенного арифметического (геометрического) показателя единичных показателей. Первые два способа достаточно просты в использовании. Главный их недостаток состоит в том, что они не учитывают степень влияния отдельных показателей на конкурентоспособность и поэтому могут исказить общую оценку. Третий способ получения интегрального показателя конкурентоспособности предприятия учитывает важность единичных показателей конкурентоспособности. Это позволяет предположить, что полученный показатель конкурентоспособности будет более точно отражать положение предприятия. К недостаткам такого

подхода следует отнести субъективность определения значимости единичных показателей конкурентоспособности организации.

Следующий классификационный признак связан с возможными способами определения весовых коэффициентов единичных показателей. Наибольшее распространение среди них получили экспертный метод, метод нормирования и методы экономико-математического моделирования. Экспертный метод предполагает определение весовых коэффициентов рассматриваемых показателей группой экспертов. Однако существенным недостатком является его высокая субъективность. Для решения прикладных задач более широкое распространение получил метод нормирования. Используемая процедура приведения суммы весовых коэффициентов рассматриваемых показателей к единице позволяет проводить все необходимые расчеты в единой шкале измерения. Весовые коэффициенты могут быть определены и с помощью еще одного способа, в основе которого лежат методы математической статистики. Они отличаются большей достоверностью. Однако их применение имеет смысл только в условиях стабильного развития. В кризисных же условиях использование этих методов весьма затруднительно по причине высокой неопределенности поведения внешней среды.

Использование представленных выше методов направлено на получение итогового количественного показателя, характеризующего конкурентоспособность предприятия. Такие показатели часто используются для анализа положения предприятия относительно конкурентов, построения различных рейтингов, то есть в целях сравнения. Как правило, они носят относительный характер. В то же время, необходимо отметить, что эти показатели по целому ряду причин не в полной мере соответствуют методологии принятия решений при стратегическом управлении деятельностью предприятия.

Во-первых, адекватное определение базы сравнения или эталонного предприятия носит спорный характер. Многие ученые придерживаются мнения о том, что в качестве эталонного предприятия должно приниматься предприятие,

являющееся лидером в отрасли. Между тем, не имеет смысла сравнивать небольшое частное предприятие с транснациональной корпорацией. То есть, выбор эталонного предприятия связан с наложением целого ряда различных ограничений.

Во-вторых, выбор критериев для сравнения часто носит субъективный характер, поэтому они не могут в полной мере отражать реальное положение предприятия. При учете одних факторов конкурентоспособность предприятия будет иметь одно значение, при учете других – другое.

В-третьих, значение конкурентоспособности, получаемое при расчете относительных показателей, не имеет размерности и носит абстрактный характер. В этом случае остается совершенно не ясным, какие факторы и в какой степени повлияли на изменение уровня конкурентоспособности, что произойдет в случае достижения определенного уровня конкурентоспособности, какое влияние изменение конкурентоспособности окажет на основные результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия и каким образом можно использовать данный показатель в целях управления?

Поэтому, на наш взгляд, при формировании системы стратегического управления более логичным является подход, базирующийся на определении системы показателей, по которым можно оценивать и отслеживать изменение конкурентоспособности конкретного предприятия исходя из эффективности различных направлений его деятельности. Система показателей для оценки конкурентоспособности предприятия, должна удовлетворять, прежде всего, принципам измеримости, конкретности, согласованности, гибкости, системности и полноты отражения результатов деятельности предприятия [10]. Она, на наш взгляд, должна охватывать показатели эффективности его функционирования, включая, показатели, характеризующие различные аспекты деятельности производственной, финансовой, маркетинговой и социальной подсистем предприятия. Сводить же различные показатели в один интегральный, по нашему



мнению, не представляется целесообразным, поскольку в этом случае теряются их содержательные характеристики.

Проведенный анализ существующих подходов позволил установить, что конкурентоспособность предприятия имеет сложный характер и отражает эффективность функционирования различных сфер его деятельности. В основу конкурентоспособности предприятия заложены его конкурентные преимущества, которыми оно обладает и которые позволяют ему достичь превосходства перед конкурентами. Достижение же конкурентных преимуществ предприятием напрямую зависит от выбранной им стратегии поведения.

Особое значение при формировании стратегии предприятия имеет выбор показателей для оценки его конкурентоспособности. Большинство предлагаемых различными авторами показателей конкурентоспособности предприятия носит относительный характер. В то же время, эти показатели по целому ряду причин не в полной мере соответствуют методологии принятия решений при стратегическом управлении деятельностью предприятия. Это обусловлено, прежде всего, сложностью адекватного определения базы сравнения, субъективностью выбора критериев для сравнения, недостаточной информативностью получаемого итогового значения конкурентоспособности, которое не имеет размерности и поэтому вызывает трудности его интерпретации. Поэтому, на наш взгляд, оценку конкурентоспособности предприятия целесообразно проводить по показателям эффективности его функционирования, включая показатели, характеризующие различные аспекты деятельности производственной, финансовой, маркетинговой и социальной подсистем предприятия, выбор которых должен определяться целями проводимого анализа.

#### Литература

1. Читалина, О.Н. К проблеме поиска причин возникновения мирового финансово-экономического кризиса // Вестник УрФУ. - Серия: Экономика и управление. - 2009. - № 6. - С. 113-119.

2. Фаминский, И.П. Экономика зарубежных стран. М.:Знание, 1980. - 367 с.
3. Чайникова, Л.Н. Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие. – Тамбов: Изд-во Тамб. Гос. ун-та. 2007. - 192 с.
4. Яковлев, Г.И. Методологические подходы к определению конкурентоспособности промышленного предприятия // Вестник самарского государственного аэрокосмического университета им. С.П. Ковалева. - 2003. - №1. - С.181-185.
5. Шигапова, З.Ф. Методы оценки конкурентоспособности предприятий // Социально-экономические и технические системы. - 2008. - № 2. - 8 с.
6. Сафиуллин, Н.З. Сафиуллин, Л.Н. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность: монография. Казань: изд-во Казан. ун-та, 2002. - 104с.
7. Савченко, М.Б. Бенчмаркинг как эффективный инструмент анализа конкурентоспособности // Вестник РГТЭУ. - 2007. - №2. - С.122-127.
8. Мельник, А.Н., Садриев, А.Р. Концептуальные основы построения системы управления конкурентоспособностью энергетических компаний // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. - 2009. - Т. 151. № 1. - С. 236-242.
9. Кузьмич, Н.П. Потенциал конкурентоспособности строительных организаций в современных условиях // Перспективы науки. - 2012. - № 7 (34). - С. 90-94.
10. Мельник, А.Н., Лукишина, Л.В. Методические основы оценки влияния энергетического фактора на результаты деятельности предприятия // Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. - 2010. - № 2. - С. 68-78.

#### References

1. Chitalina, O.N. K probleme poiska prichin vozniknovenija mirovogo finansovo-jekonomicheskogo krizisa // Vestnik UrFU. - Serija: Jekonomika i upravlenie. - 2009. - № 6. - S. 113-119.
2. Faminskij, I.P. Jekonomika zarubezhnyh stran. M.:Znanie, 1980. - 367 s.

3. Chajnikova, L.N. Konkurentosposobnost' predpriyatija: ucheb. posobie. – Tambov: Izd-vo Tamb. Gos. un-ta. 2007. - 192 s.
4. Jakovlev, G.I. Metodologicheskie podhody k opredeleniju konkurentosposobnosti promyshlennogo predpriyatija // Vestnik samarskogo gosudarstvennogo ajerokosmicheskogo universiteta im. S.P. Kovaleva. - 2003. - №1. - S.181-185.
5. Shigapova, Z.F. Metody ocenki konkurentosposobnosti predpriyatij // Social'no-jekonomicheskie i tehniczeskie sistemy. - 2008. - № 2. - 8 s.
6. Safiullin, N.Z. Safiullin, L.N. Konkurentnye preimuwestva i konkurentosposobnost': monografija. Kazan': izd-vo Kazan. un-ta, 2002. - 104s.
7. Savchenko, M.B. Benchmarking kak jeffektivnyj instrument analiza konkurentosposobnosti // Vestnik RGTJeU. - 2007. - №2. - S.122-127.
8. Mel'nik, A.N., Sadriev, A.R. Konceptual'nye osnovy postroenija sistemy upravlenija konkurentosposobnost'ju jenergeticheskikh kompanij // Uchenye zapiski Kazanskogo universiteta. Serija: Gumanitarnye nauki. - 2009. - T. 151. № 1. - S. 236-242.
9. Kuz'mich, N.P. Potencial konkurentosposobnosti stroitel'nyh organizacij v sovremennyh uslovijah // Perspektivy nauki. - 2012. - № 7 (34). - S. 90-94.
10. Mel'nik, A.N., Lukishina, L.V. Metodicheskie osnovy ocenki vlijanija jenergeticheskogo faktora na rezul'taty dejatel'nosti predpriyatija // Vestnik UrFU. Serija: Jekonomika i upravlenie. - 2010. - № 2. - S. 68-78.