

**МЕТОДЫ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛИЗА  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**Васильченко Анастасия Олеговна, к.э.н., доцент,**

**Злоденная Екатерина Игоревна, магистрант,**

**Полесский государственный университет**

Vasylchenko Anastasia Olegovna, PhD, Associate Professor,

vasilchenko.a@polessu.by,

Zlodennaya Ekaterina Igorevna, Master's student, zlokatya01@mail.ru,

Polessky State University

**Аннотация.** Статья содержит основные методы оценки конкурентоспособности предприятия. Даны характеристики подходов к методам оценки конкурентоспособности. Сформулированы достоинства и недостатки методов. В результате подведен итог использования методов конкурентоспособности предприятия в практических условиях.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность предприятия, комплексный анализ, маркетинг, методы оценки.

В деятельности современных предприятий далеко не последнюю роль стало играть понятие конкурентоспособности.

Е.А. Горбашко, И.А. Максимцева дают следующее определение понятию конкурентоспособности: "Конкурентоспособность предприятия – это способность быть востребованным и успешным на рынке, соперничать с конкурирующими

фирмами и получать больше экономических выгод по сравнению с компаниями-поставщиками схожей продукции“ [1].

Анализ и оценка конкурентоспособности предприятия может прояснить сложившуюся ситуацию, определить его положение на рынке, выдвинуть решения назревших проблем в производстве, менеджменте или сбыте. При этом поддержание конкурентной среды в Республике Беларусь, как и во всех развитых странах, стало важной задачей государственного регулирования экономики. Всё это способствовало выделению конкуренции в важный фактор маркетинговой среды фирмы, потребность в исследовании и анализе которого объясняется его существенным влиянием на хозяйственную деятельность любого предприятия, функционирующего на рынке, что объясняет актуальность темы исследования.

На сегодняшний день разработано множество методов оценки конкурентоспособности предприятий, рассмотрим основные из них:

1. Матричные методы. Данный подход базируется на маркетинговой оценке деятельности предприятия и его продукции. В основе методики лежит анализ конкурентоспособности, учитывающий жизненный цикл продукции, которая производится на анализируемом предприятии.

2. Методы, которые базируются на основе оценки производимой продукции предприятия. Данная группа методик основывается на том факте, что конкурентоспособность анализируемого предприятия повышается прямо пропорционально повышению качества производимой продукции. С целью определения конкурентоспособности товаров и услуг анализируемого предприятия, как правило, используют ряд маркетинговых и квалиметрических методов, которые базируются на поиске соотношения цены и качества.

3. Методы, основанные на теории эффективной конкуренции. Суть анализируемого подхода состоит в том, что проводится балльная оценка способностей предприятия по обеспечению конкурентоспособности. Каждая из сформулированных в ходе предварительного анализа способностей предприятия по достижению конкурентных преимуществ, проходит экспертную оценку с точки зрения имеющихся ресурсов.

4. Комплексные методы. В рамках данной группы методов оценка конкурентоспособности предприятия выводится на базе показателя текущего и прогнозируемого уровня конкурентоспособности. Преимущественно текущую конкурентоспособность определяют на основе оценки конкурентоспособности производимых товаров и услуг, потенциальную определяют по аналогии с методиками на базе теории эффективной конкуренции [2, с. 59].

Для того чтобы понять целесообразность выбора конкретных методов оценки конкурентоспособности предприятий, рассмотрим их основные преимущества и недостатки (таблица).

Осуществив анализ основных методов оценивания уровня конкурентоспособности предприятия, мы пришли к выводу, что не существует идеальных со всех сторон методик комплексного оценивания конкурентоспособности предприятия, так как все методы оценки конкурентоспособности обладают как преимуществами, так и недостатками и не являются эффективными в полной мере.

Согласно данным полученным из источников [1-4], авторами представлена диаграмма, отражающая частоту использования различных методов оценки конкурентоспособности, среди которых лидируют матричные, так как являются до-

статочны простыми и самыми экономичными в плане финансовых и временных затрат.

Таблица – Преимущества и недостатки основных методов оценки конкурентоспособности

Название метода	Преимущества	Недостатки
1. Матричные методы	Позволяют обеспечить высокую адекватность оценки.	Исключают проведение анализа причин происходящего и осложняет выработку управленческих решений, а также требует наличия достоверной маркетинговой информации.
2. Методы, которые базируются на основе оценки производимой продукции предприятия	Учитывают одну из наиболее важных составляющих конкурентоспособности предприятия – конкурентоспособность его продукции.	Не дают полного представления о сильных и слабых сторонах в деятельности предприятия, поскольку конкурентоспособность фирмы подменяется конкурентоспособности товара и не включает прочие характеристики его деятельности.
3. Методы, основанные на теории эффективной конкуренции	Учитывают разносторонние аспекты деятельности предприятия.	Основу данных методов составляет идея о том, что показатель конкурентоспособности предприятия может быть определен путем элементарного суммирования способностей фирмы к достижению конкурентных преимуществ.
4. Комплексные методы	Учитывают не только достигнутый уровень конкурентоспособности предприятия, но и его динамику в будущем.	В ходе определения текущей и потенциальной конкурентоспособности используются методы, рассмотренные выше, что влечет и недостатки соответствующих методов.

Примечание – Собственная разработка на основании [3].

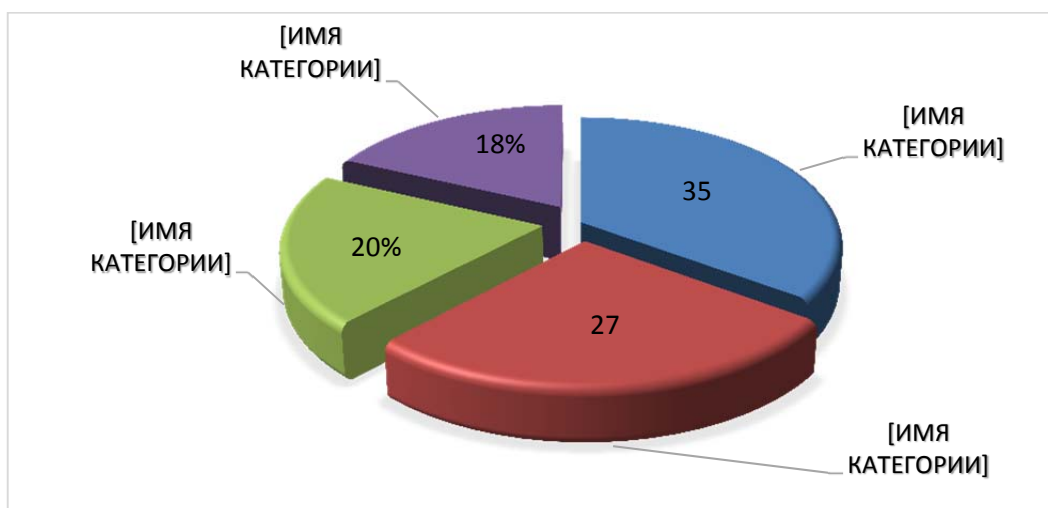


Рисунок – Анализ использования основных методов оценки конкурентоспособности предприятий в практических условиях

Примечание – Источник [1-4].

В завершении представленной работы, целесообразно акцентировать внимание на актуальности применения известных методов анализа и оценки конкурентоспособности предприятия на практике в современной бизнес-среде. Безусловно с точки зрения теоретического материала, любая методика имеет достойное подкрепление и не вызывает сомнений, но на практике, достаточно часто методики не работают эффективно, не раскрывают весь потенциал хозяйствующих субъектов или не подходят для оценивания предприятий в определенных сегментах рынка.

Таким образом, на сегодняшний день ни одни из рассмотренных методов оценки конкурентоспособности не нашли широкого практического применения и не могут быть признаны универсальным аналитическим инструментом. В этой связи в экономической среде по-прежнему остается актуальной задача разработки универсального, имеющего широкие границы практического применения метода оценки конкурентоспособности предприятий, обеспечивающего получение комплексной и в то же самое время объективной оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

### **Список использованных источников**

1. Управление конкурентоспособностью: учебник и практикум для вузов / под редакцией Е.А. Горбашко, И.А. Максимцева. – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 447 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/449954> (дата обращения: 29.09.2022).
2. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2020 - 428 с.
3. Портер, М Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. – М.: Международные отношения, 2020. – 219 с.
4. Лазаренко А. А. Методы оценки конкурентоспособности [Текст] / А. А. Лазаренко // Молодой ученый. – 2021. – №1. – С. 374-377.