

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ

М.М. Гайфуллина, канд. экон. наук, доцент

А.М. Щербаков, магистрант

Уфимский государственный нефтяной технический университет
(Россия, г. Уфа)

DOI: 10.24411/2500-1000-2019-11027

Аннотация. В статье рассмотрены методики оценки конкурентоспособности компании, такие как методика Ламбена Ж., методика рейтинговой оценки, модель «4Р», метод матричной оценки БКГ. Приводится их сравнение, показываются преимущества и недостатки метода оценки конкурентоспособности компании. Делается вывод об отсутствии универсальной методики оценки. Выбор метода оценки зависит от целей оценки конкурентоспособности, имеющейся информации, специфики отрасли.

Ключевые слова: конкурентоспособность компании, оценка конкурентоспособности, методика оценки конкурентоспособности, показатели оценки конкурентоспособности, уровень конкурентоспособности.

В настоящее время существует множество методик оценки конкурентоспособности предприятия, основанных на расчете показателей конкурентоспособности, выставления экспертных оценок, матричные способы, учитывающие влияние различных внутренних и внешних факторов, а также характеризующиеся своей спецификой оценки для определенного круга лиц, таких как инвесторы, акционеры, владельцы компании и т.д. [1]. В данной статье будут рассмотрены основные подходы к оценке конкурентоспособности предприятия, такие как методика Ламбена Ж., методика рейтинговой оценки, модель «4Р», метод матричной оценки БКГ.

1. Методика Ж.Ж. Ламбена заключается в определении компанией своего преимущества, по сравнению с другими предприятиями данной отрасли. Конкурентное преимущество – это качества товара или бренда, создающие превосходство. Конкурентные преимущества могут быть внешними и внутренними. Внешнее – способность своими преимуществами контролировать цены на рынке. Внутреннее означает, что себестоимость товаров и услуг составляет меньше, чем у конкурентов. Следовательно, компания делает выводы над чем ей нужно работать и какие у неё есть

возможности по поддержанию или созданию конкурентных преимуществ [2]. Недостаток данного метода – рассматривает недостаточно факторов конкурентоспособности, необходимых для объективной оценки.

2. Методика рейтинговой оценки конкурентоспособности предприятия подразумевает ранжирование компаний на основе интересующих показателей. Этапы рейтинговой оценки: сбор необходимой для анализа информация; представление информации в виде таблицы, где по горизонтали – показатели, по вертикали – оцениваемые компании; сравнение показателей с предприятием-эталонном; вычисление значения оценки; ранжирование предприятий [3]. Данный метод может рассматривать и такие показатели, как бренд, репутация компании и руководства, то есть не только материальные, но и нематериальные факторы [4].

3. Модель «4Р» предполагает проведение сравнительного анализа предприятий по четырем критериям – товар, цена, точки сбыта и продвижение товара на рынке. Ниже представлена таблица 1 с показателями конкурентоспособности или лист оценки «4Р».

Таблица 1. Лист оценки конкурентоспособности компании по методике «4P»

Показатели оценки	1	2	3	4	5
Финансы 1. Оценка структуры активов 2. Инвестиционная привлекательность 3. Доход на активы 4. Норма прибыли 5. Доход на вложенный капитал					
Производство 1. Использование оборудования 2. Производственные мощности 3. Численность работников 4. Системы контроля качества 5. Производительность 6. Возраст технологического оборудования					
Организация и управление 1. Численность инженерно-технического и управленческого персонала 2. Скорость реакции управления на изменения во внешней среде 3. Четкость разделения полномочий и функций 4. Тип организационной структуры управления 5. Качество информации 6. Степень гибкости оргструктуры управления					
Маркетинг 1. Доля рынка 2. Репутация фирмы 3. Бренд 4. Реклама 5. Стратегии 6. Уровень цен 7. Организационные и технические средства для сбыта 8. Уровень и качество обслуживания 9. Число клиентов					
Кадровый состав 1. Уровень квалификации персонала 2. Уровень подготовки сбытового персонала в технической области					
Технология 1. Применяемые стандарты и степень их совместимости 2. Новые продукты 3. Расходы на НИОКР					

В числе недостатка метода – возможный субъективизм экспертов при проставлении баллов [5].

4. Метод матричной оценки может использоваться для определения конкурентоспособности продукции, точек сбыта, отдельных компаний, отраслей. Матрица

имеет две оси - доля рынка и его темп роста. Также матрица имеет четыре зоны – «звезды», «дойная корова», «проблема», «собака», следовательно конкурентоспособность фирмы зависит от зоны, в которой она расположена (рис. 1).



Рис. 1. Метод оценки конкурентоспособности компании по методике БКГ

Зона «Проблема» характеризуется малой долей рынка, но высоким темпа роста, то есть продукция, имеющая перспективность и необходимо больше инвестировать в объем производства. Зона «Звезды» характеризуется как высокой долей рынка, так и высокими темпами роста, следовательно, стратегия предприятий данного квадранта – поддерживать данный уровень и думать о улучшении своего положения. Зона «Собака» характеризуется низкими темпами роста и низкой долей рынка, можно сделать вывод, что компании необходимо сократить инвестиции в данный вид продукции. Зона «Дойная корова» характеризуется низкими темпами роста и высокой долей рынка, следовательно, товары данной зоны являются источником высокой прибыли [6]. Недостатком данного метода является то, что оценка выставляется на сегодняшний день и невозможно прогнозировать дальнейшее положение предприятий.

Автор Целиковой Л.В. предлагается проводить оценку на основе нескольких групп показателей: ликвидность и платежеспособность, рыночная устойчивость, рентабельность результатов финансово-хозяйственной деятельности, целесообразность использования организационно-

управленческого персонала, коммерческая активность, конкурентоспособность, качество торгового обслуживания, имидж системы. На основе данных показателей определяется оценка. Но в данной методике есть недостаток, так как не все показатели можно рассчитать, половина перечисленных показателей имеет экспертный метод оценки, следовательно, выводы будут иметь условный характер [6].

По нашему мнению, методика оценки конкурентоспособности компании должна учитывать совокупность различных сторон деятельности компании. Первая группа показателей должна включать показатели, отвечающие за эффективность производства. Вторая группа – за показатели, отражающие финансовое состояние и устойчивость предприятий [6]. Третья группа – сбыт и реклама. Четвертая группа – показатели производственной деятельности предприятия [8, 9].

Вышеперечисленные методики имеют свои достоинства и недостатки, но выделить одну из методик, как универсальную для оценки конкурентоспособности предприятия не представляется возможным, так как оценка зависит от определенных групп показателей и особенностей отрасли.

Библиографический список

1. Гайфуллина М.М., Маков В.М., Павлова Ю.А. Методический подход к оценке эффективности реструктуризации нефтяной компании // Экономический анализ: теория и практика. – 2018. – Т. 17, № 2. – С. 324–339.
2. Ламбен Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. – СПб.: Питер, 2007. – 800 с.
3. Gajfullina M.M., Nizamova G.Z., Musina D.R., Alexandrova O.A. Formation of strategy of effective management of fixed production assets of oil company // Advances in Economics, Business and Management Research. – 2017. – vol. 38. – p. 185-190.
4. Burenina I., Evtushenko E., Kotov D., Battalova A., Gaifullina M., Gamilova D. Integral Assessment of the Development of Russia's Chemical Industry // Journal of Environmental Management and Tourism. 2017. V. 8, № 5. p. 1075-1085.
5. Хамитова Э.Ф., Гайфуллина М.М. Оценка конкурентоспособности молодых специалистов нефтяных компаний // Нефтегазовое дело. – 2014. – Т. 12, № 1. – С. 190-195.
6. Буренина И.В., Евтушенко Е.В., Котов Д.В., Гайфуллина М.М., Земцова В.Д. Основы производственного менеджмента на предприятиях нефтеперерабатывающей и нефтехимической промышленности / Допущено УМО по образованию в области производственного менеджмента в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки 080200 «Менеджмент». – Уфа: Изд-во УГНТУ, 2016. – 180 с.
7. Сафина А.А., Гайфуллина М.М. Оценка устойчивого развития малых нефтяных компаний // Электронный научный журнал Нефтегазовое дело. – 2015. – № 1. – С. 364-381.

8. Гайфуллина М.М., Маков В.М. Оценка развития нефтеперерабатывающего сектора Российской Федерации // Нефтегазовое дело. – 2016. – Т. 14, № 4. – С. 208-214.

9. Маков В.М. Анализ состояния нефтеперерабатывающей промышленности Российской Федерации // Вестник экономики и менеджмента. – 2017. – № 2 (8). – С. 58-67.

METHODS OF ASSESSMENT OF COMPETITIVENESS OF THE COMPANY

M.M. Gaifullina, *candidate of economic sciences, associate professor*

A.M. Shcherbakov, *graduate student*

Ufa state oil technical university

(Russia, Ufa)

Abstract. *In article techniques of assessment of competitiveness of the company, such as Lamben's technique, technique of rating assessment, 4P model, method of matrix assessment of BKG are considered. Their comparison is given, advantages and shortcomings of a method of assessment of competitiveness of the company are shown. The conclusion about lack of a universal technique of assessment is drawn. The choice of a method of assessment depends on the purposes of assessment of competitiveness, the available information, specifics of the industry.*

Keywords: *competitiveness of the company, competitiveness assessment, competitiveness assessment technique, competitiveness assessment indicators, competitiveness level.*