

Применение оценки конкурентоспособности при управлении предприятием

Панченко Л.Н.

Уже сейчас многие предприятия начинают понимать насколько это важно использовать методы оценки конкурентоспособности. Это позволяет им дать чёткую картину ситуации внешней и внутренней среды фирмы, определяет сильные и слабые стороны товара и позволяет быстро, а главное правильно адаптироваться к рынку.

В мире существует несколько подходов к оценке конкурентоспособности фирмы, основными из которых есть:

- > метод, основанный на теории эффективной конкуренции;
- > подходы к оценке конкурентоспособности предприятия, которые связывают ее уровень с показателями качества (конкурентоспособности) продукции, которая выпускается;
- > методы, основанные на теории конкурентного преимущества;
- > метод бенчмаркинга.

Метод, основанный на теории эффективной конкуренции

Согласно с этой теорией наиболее конкурентоспособными являются те предприятия, где наилучшим образом организована работа всех подразделов и служб. В основе метода лежит оценка четырех групповых показателей конкурентоспособности (показатели, характеризующие эффективность управления производственным процессом, оборотными средствами, сбытом и продвижением товара на рынке с помощью рекламы и стимулирования, показатели конкурентоспособности товара и его цена).

Оценка конкурентоспособности организации на основе определения конкурентоспособности товара.

Поскольку конкуренция предприятий на рынке принимает вид конкуренции самой продукции, возрастает значение свойств, сообщаемых продукции предприятия, изготовившего и продающего её на мировом рынке. Анализ конкурентоспособности товара применяется в процессах управления продукцией: проектирование и разработка, освоение, маркетинг и сбыт. Целесообразно проводить его не только на стадии выведения на рынок, но и на последующих стадиях, поскольку появление более успешных аналогов конкурентов может снизить конкурентоспособность товара. Данный анализ

является недостаточным для формирования вывода о конкурентоспособности организации в целом, хотя в большинстве случаев в отечественной практике используется именно такой подход.

Оценка конкурентной позиции методом конкурентных преимуществ

Согласно этой теории формирование долгосрочных конкурентных преимуществ обеспечивает устойчивую конкурентоспособность как предприятия, так и его продукции. На основе проведенного анализа менеджер предприятия может сделать определенные выводы о факторах, лежащих в основе тенденций рыночной доли предприятия, и внести соответствующие коррективы в управленческую политику (например, если анализ выявил отставание в области обеспеченности материально-техническими ресурсами, то целесообразно, возможно, производить инвестиции в модернизацию машин и оборудования; если предприятие теряет рынок вследствие завышенных цен - пересмотреть ценовую политику и пр.).

Бенчмаркинг как инструмент определения конкурентоспособности

Анализ конкурентоспособности позволяет выявить различия между конкурентами, но это не объясняет, как эти различия преодолеть и завоевать наилучшие позиции в бизнесе. Этому способствует бенчмаркинг, который на основе сравнения и анализа процесса деятельности, направлен на понимание причин различий для того, чтобы эти отличия преодолеть. Бенчмаркинг - это процесс по долгосрочному обдумыванию стратегии предпринимательства, основываясь на лучшем опыте партнеров и конкурентов.

При исследовании ОАО Selmi были апробированы первые 3 метода, вследствие чего можно сделать выводы: бенчмаркинг малоприменим в отечественной практике из-за недоступности необходимой информации; метод, основанный на теории эффективной конкуренции, позволяет оценить общее состояние «контрольных точек» предприятия, оценка конкурентоспособности товара не дает комплексного представления о конкурентоспособности предприятия, а метод конкурентных преимуществ зависит от полноты и качества собранной информации и учета всех факторов.

Таким образом, тип анализа конкурентоспособности предприятия зависит от рода деятельности предприятия, средств на проведение анализа, специфики отрасли, макросреды и других факторов.