

## МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Магистрант Корх Г.Ю.

Д-р экон. наук, профессор Енин Ю.И.

Белорусский национальный технический университет

Важнейшим фактором в рыночной экономике является дух соперничества, который в значительной степени определяет формы хозяйственной деятельности людей и наиболее ярко проявляется в такой экономической категории, как конкуренция. Конкуренция – элемент рыночного механизма, реализующийся в форме взаимодействия рыночных субъектов и борьбы между ними за наиболее выгодные условия приложения капитала. Конкуренция выступает необходимым условием определения конкурентоспособности. В самом общем смысле под конкурентоспособностью понимается способность опережать других, используя свои преимущества в достижении поставленных целей.

Конкурентоспособность предприятия – это относительная характеристика, которая выражает степень отличия данного предприятия от конкурентов в сфере удовлетворения потребностей клиентов. Одним из главных элементов управления конкурентоспособностью предприятия является оценка ее уровня. Существуют различные методы его оценки:

– оценка с позиции сравнительных преимуществ – сущность данного метода заключается в том, что производство и реализация предпочтительнее, когда издержки производства ниже, чем у конкурентов. Основным критерием являются низкие издержки.

– оценка с позиции теории равновесия – в основе данного метода положение, при котором каждый фактор производства рассматривается с одинаковой и одновременно наибольшей производительностью. Основной критерий – наличие факторов производства, не используемых в полной мере.

– оценка на базе качества продукции – заключается в сопоставлении ряда параметров продукции, отражающих потребительские свойства. Критерием оценки в данном случае является качество продукции.

– профиль требований – сущность метода заключается в том, что с помощью шкалы экспертных оценок определяется степень продвижения организации и наиболее сильный конкурент. В качестве критерия используется сопоставление профилей.

– профиль поляристей – в основе данного метода лежит определение показателей, по которым фирма опережает или отстает от конкурентов, т. е. ее сильных и слабых сторон. В качестве критерия используется сопоставление параметров опережения или отставания.