

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Студент гр. 10302218 Коляда А.В.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Плясунков А.В.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Республика Беларусь

В рамках нынешних мировой экономики и рыночных взаимоотношений среда конкурентоспособности и способы решения проблем и задач коммерческих предприятий и компаний являются одними из самых важными и достаточно сложными ресурсами экономики Республики Беларусь, способы решения проблемных задач. Что касается приборостроительной отрасли, задачи в вопросе повышения конкурентоспособности стали еще более актуальными в последнее время. Из этого можно сделать вывод, что цели и задачи повышения конкурентоспособности предприятий, выпускаемой продукции и в целом эффективного управления конкурентоспособностью компании сейчас очень актуальны [1].

Рассматриваемое нами понятие «конкурентоспособность» имеет ряд подходов к ее оценке. Из-за большой вариативности и зависимости от того, какой предмет мы оцениваем, одного общепринятого понятия конкурентоспособности не существует. В процессе развития экономики и финансовой науки постепенно появлялась и литература изучавшая конкурентоспособность. Изучив сформировавшуюся литературу, можно отобразить пять подходов для оценки конкурентоспособности предприятия (рисунок 1).

Чтобы определить уровень конкурентоспособности предприятия используя продуктовые подходы необходимо подсчитать средние значения уровней конкурентоспособности по каждому из выпускаемых видов номенклатуры. Их в свою очередь, обычно рассчитывают исходя из параметрических и экономических показателей.

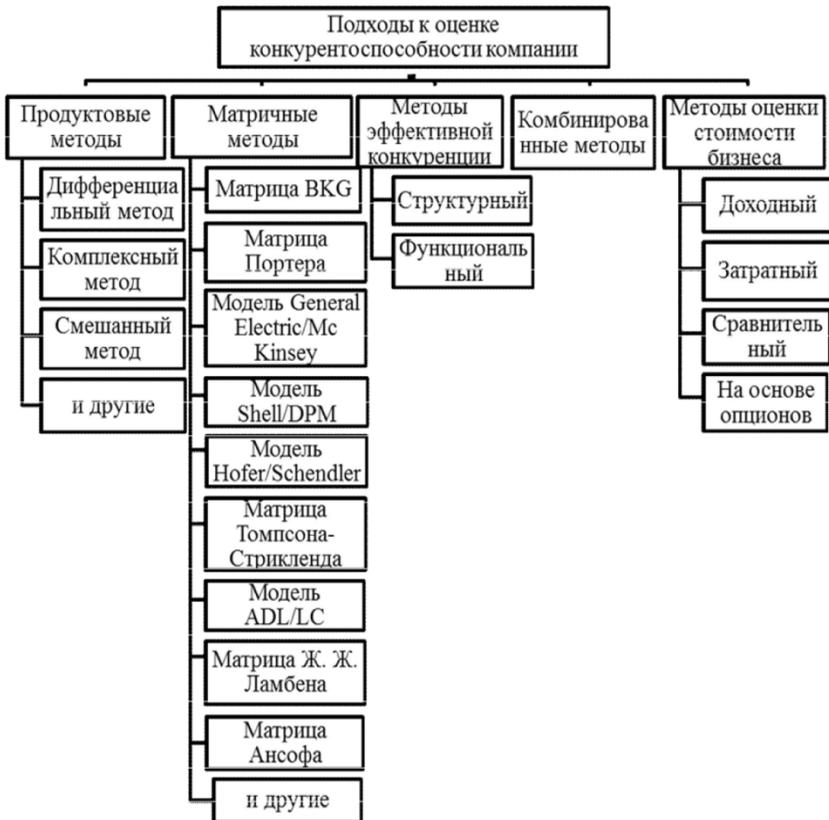


Рисунок 1 – Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия

Главной особенностью продуктовых методов является то, что решающим фактором в определении уровня конкурентоспособности всегда была конкурентоспособность самого продукта. В продуктовом методе исследование направлено на поиск взаимосвязи «цена-качество» продукции, что не зависит от уровня ее инновативности.

Подводя итоги можно сделать вывод о том, что сами методы и подходы, в основном, формируются за счет следующих факторов:

- 1) оцениваемый объект (субъект);
- 2) мотивы и цели проводимого исследования предприятия.

При выборе компанией подхода к анализу конкурентоспособности, необходимо учитывать преследуемые цели и задачи, а также стоимость проведения различных оценок [3].

Литература

1. Лазаренко, А.А. Методы оценки конкурентоспособности // Молодой ученый. – 2014. – № 1. – С. 374-377.
2. Волков, Д. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.cfin.ru/management/strategy/competit/analysis2.shtml>, свободный.
3. Горшков, Р. К. Анализ существующих методов оценки конкурентоспособности предприятия / Р. К. Горшков, Л. С. Шепелева // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2013. – № 2. – С. 114-117.