

**Оценка реализации конкурентных преимуществ предприятия**

Серёгина М.В.

Белорусский национальный технический университет

Конкурентные преимущества (КП) являются основой формирования конкурентоспособности (КСП) предприятия и ведут к реальному или потенциальному улучшению положения на рынке по сравнению с конкурентами. Структуру КСП предприятия можно представить как взаимодействие 3 подсистем: КСП продукции, оперативной эффективности и стратегического позиционирования. Таким образом, оценка реализации КП предприятия может быть к оценке операционной эффективности, стратегического позиционирования и КСП продукции. Определим искомые величины как коэффициенты.

Операционная эффективность обеспечивает прежде всего получение прибыли и снижение затрат на производство и реализацию продукции. Наиболее универсальным критерием представляется отношение выручки от реализации продукции к затратам, осуществленным для ее производства и реализации. Стратегическое позиционирование обеспечивает саму возможность процесса реализации продукции, поэтому основным критерием его оценки является изменение занимаемой доли рынка по сравнению с предыдущим периодом. Для оценки КСП продукции наиболее предпочтительно определить коэффициент КСП продукции комплексным методом, используя в качестве базы для его расчета средние или наилучшие показатели продукции по выборке. Для расчета соответствующих коэффициентов необходимо сопоставить величину рассматриваемого показателя исследуемого предприятия соответствующему показателю по выборке.

Путем сведения указанных коэффициентов в единый показатель, производится оценка КСП исследуемого предприятия по формуле (1):

$$K = K_R * K_I * K_{КСП}, \quad (1)$$

Чем выше значение  $K$ , тем более конкурентоспособным по отношению к выборке является рассматриваемое предприятие.

Основные преимущества данной методики оценки КСП предприятия как результата реализации КП заключаются в следующем:

- 1) оценка конечных критериев КСП, которые в условиях рыночной экономики и определяют жизнеспособность и перспективы предприятия;
- 2) максимальная достоверность результатов;
- 3) несложный процесс сбора необходимой информации;
- 4) возможность формирования любого объема и состава выборки конкурентов.