

Дин Лина

студентка

ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»

г. Москва

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО КРИЗИСА

Аннотация: в статье рассмотрены вопросы оценки конкурентоспособности компании в условиях глобального кризиса. Описаны методы ее оценки, подходы к определению конкурентоспособности предприятия и показателей, которые ее характеризуют, факторы, которые оказывают непосредственное влияние на обеспечение конкурентоспособности компании в период нестабильности экономической ситуации.

Ключевые слова: современное предприятие, тенденции глобализации, мировой кризис, оценка конкурентоспособности компании в условиях стагнации, мировые компании.

В сегодняшних рыночных условиях большое значение приобретает изучение вопроса конкурентоспособности предприятия в контексте глобального кризиса, т.к. углубление финансово-хозяйственных связей, открытость рынков и их зависимость от процессов глобализации обуславливает стратегический приоритет каждого предприятия – способность реагировать на глобальные вызовы и обеспечения собственной конкурентоспособности в рыночных условиях.

Однако снижение конкурентоспособности продукции является фактором риска для самого предприятия, а выход из тяжелого финансового положения возможен только в случае создания конкурентоспособного производства. К тому же в бизнес-планах инвестиционных проектов не учитываются вопросы оценки конкурентоспособности продукции и предприятия в целом, при этом ценовая политика предприятия должна базироваться на оценке конкурентоспособности выпускаемых изделий. Эти обстоятельства показывают нам, что тема оценки кон-

курентоспособности в условиях кризиса является недостаточно изученной. Статус предприятия «на грани банкротства» заставляет руководителей менять ориентиры деятельности.

Во времена финансово-экономического кризиса жизненно важное значение имеет не только анализ и управление эффективности деятельности предприятия, но и поиск соответствующих мер для оценки и поддержания конкурентоспособности фирмы. Только в таком случае международное сообщество сможет создать такую атмосферу бизнес-среды, в котором отечественные товаропроизводители могут постоянно развивать свои конкурентные преимущества, занимать и образовывать устойчивые позиции на сегментах глобального рынка, благодаря мощному экономическому потенциалу, что обеспечивает экономический рост стран на инновационной основе, развитой системе рыночных отношений, владению значительным интеллектуальным капиталом и инвестиционными ресурсами.

Для оценки конкурентоспособности компании применяют количественные и качественные (экспертные и социологические) методы, при этом первые из них основаны на использовании математических и статистических методов для анализа показателей [9]. Это по большей части касается объемов производства в денежном или натуральном выражении, цен, издержек и факторов, которые на них влияют. Это дает шанс на использование данного метода для исследований, прежде всего, консалтинговых фирм, которые оценивают конкурентоспособность разных фирм и делают конкретные технико-экономические обоснования различных методов и подходов к их повышению.

Ярким примером данного метода является интеграция финансовой модели в сбалансированную систему показателей или SWOT-анализ, который дает возможности компании для хорошего позиционирования на рынке, четкой оценки своих сильных и слабых сторон. В то же время существует дискриминантный анализ, оценивающий способности фирмы к формированию мощного защитного комплекса ресурсов и успеху антикризисного управления [8].

Качественный анализ дополняет количественный, поскольку не все факторы и механизмы роста конкурентных преимуществ накопления потенциала

конкурентоспособности, можно измерить. Этот метод достаточно точный, хотя и дает возможность оценить явление через определенный промежуток времени.

В то же время в теории и практике международных экономических отношений существует несколько подходов к определению конкурентоспособности предприятия и показателей, которые его характеризуют. На наш взгляд, их можно сгруппировать в две основные группы. Во-первых, оценивание на основе отдельных показателей, характеризующих стоимостные результаты производства, или использование определенных ресурсов, а ко второй группе относится системный анализ, который рассматривает как статистические цифры, так и результаты мониторинга.

Однако определение того, отдельные это показатели или комплексные методики, в основном проводят на таких уровнях:

– микроуровень, на котором определяется конкурентоспособность фирмы с помощью таких показателей как доходность, рентабельность, производительность труда, ликвидность и кредитоспособность, а также – качество продукции, степень удовлетворенности потребителей и другие;

– мезоуровень, на котором определяют конкурентоспособность отрасли и кластеров с помощью средних показателей деятельности фирм определенной отрасли, а также, используя торговые показатели;

– макроуровень, на котором определяют конкурентоспособность страны с помощью таких показателей, как динамика доходов населения, эффективность использования всех видов ресурсов, темпы инфляции, уровень занятости, сальдо торгового баланса, удельный вес высокотехнологичного экспорта и другие.

Кроме того, осуществляют исследования международной конкурентоспособности страны, определяя конкурентоспособность ее территорий, регионов, где происходят социально-экономические процессы. В зависимости от углубления интеграционных процессов в дальнейшем все большее значение приобретает исследование конкурентоспособности на микроуровне.

Среди наиболее известных центров по изучению конкурентоспособности стран выделяются такие организации, как Институт стратегии и конкурентоспособности при Гарвардском университете (США), Международный институт развития менеджмента (Лозанна, Швейцария), Мировой экономический форум (Давос, Швейцария). Ежегодно каждый из центров публикует собственные результаты изучения конкурентоспособности стран мира и составляет рейтинги. Каждый из центров пользуется собственной методологией исследования и придерживается своих эксклюзивных критериев при составлении шкалы конкурентоспособности экономик стран и регионов. Поэтому между исследованиями и рейтингами есть различия – как существенные, так и несущественные.

Системность и продолжительность проведения ежегодного мониторинга текущей конкурентоспособности страны соответствующими учреждениями, международное признание этих рейтингов и чувственная рефлексия рынка на результаты исследований свидетельствуют о высоком профессиональном подходе и компетентности специалистов при определении критериев оценивания и их распределении по группам. Это будет играть большое влияние во время глобального кризиса на местные компании рассматриваемых государств [1].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что проблема конкурентоспособности предприятия в условиях кризиса имеет мировое значение, потому что она влияет на субъекты хозяйствования всех существующих государств. Поэтому перед нами встает следующий вопрос: как это предотвратить?

Большинство ученых и практиков придерживаются одного мнения, что при формировании показателей конкурентоспособности предприятия необходимо начинать с вопросов, связанных с недостаточно развитым техническим уровнем производства продукции [4]. Это направление впервые было реализовано в японской технической концепции. Она основана на признании того факта, что уровень применяемой технологии определяет коммерческий успех изделия как товара. Однако это возможно лишь в том случае, когда все звенья предприятия, включая и те, которые не связаны прямо с производством материальных ценностей – бухгалтерия, администрация, финансовый отдел и другие, возьмут на себя

ответственность за качество товара и будут осуществлять меры по его улучшению.

Основными внешними факторами, которые оказывают непосредственное влияние на обеспечение конкурентоспособности компании в период нестабильности экономической ситуации, являются следующие: сокращение платежеспособного спроса; изменение предпочтений потребителей в направлении экономии денежных средств; рост цен на ресурсы; несовершенный правовой механизм хозяйствования; нарушение функционирования рынка рабочей силы. Именно поэтому механизм управления конкурентоспособностью должно быть четко организованным и определенным. Это условие достигается путем использования экономических, социальных, психологических и административных методов [3]. На их основе проводится построение алгоритма управления конкурентоспособностью предприятий в условиях кризиса.

На первом этапе должна быть проведена диагностика внешнего конкурентной среды на основе метода пяти сил конкуренции М. Портера. На втором – разработка именно поэтому механизм управления конкурентоспособностью должно быть четко организованным и определенным. На данном этапе уместно использование маркетинговых методов повышения конкурентоспособности в условиях кризиса, среди которых выделяют такие, как маркетинговые исследования, маркетинговая стратегия, сегментация рынка, использования комплекса маркетинга в деятельности предприятия, координирование деятельности предприятия в соответствии с изменениями ситуации на рынке. На третьем этапе обеспечивается реализация данных мероприятий и проведения оценки уровня конкурентоспособности компании на рынке. И уже на последнем этапе на основе полученных результатов предыдущего принимаются необходимые меры по повышению конкурентоспособности в условиях кризиса.

Список литературы

1. Березин А. Инновационно-инструментальный механизм повышения конкурентоспособности. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2017. – 156 с.

2. Волкова Н. Конкурентоспособность предпринимательских структур: монография. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2018. – 176 с.
3. Головачев А.С. Конкурентоспособность организации. – М.: Высшая школа, 2017. – 157 с.
4. Дик В.В. Конкурентные преимущества программного продукта и их связь с конкурентоспособностью его потребителя и производителя. – М.: Синергия, 2016. – 311 с.
5. Дмитриев Ю.А. Кластерный подход в обеспечении конкурентоспособности субъектов социально-экономической деятельности. – М.: Синергия, 2016. – 191 с.
6. Иванова В.Н. Импортзамещение продукции АПК. Факторы конкурентоспособности. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 358 с.
7. Квасникова В.В. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум / В.В. Квасникова, О.Н. Жучкевич. – М.: Инфра-М; Новое знание, 2016. – 192 с.
8. Коряков А.Г. Конкурентоспособность и структура потенциала устойчивого развития предприятий химической промышленности. – М.: Синергия, 2018. – 343 с.
9. Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг: монография. – М.: Юрайт, 2015. – 145 с.