УДК 339.138

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

Лысенко Маргарита Михайловна

Межгосударственное образовательное учреждение высшего образования «Белорусско-Российский университет» просп. Мира, 43, Могилёв, студент, ritalysenkoo@gmail.com,

Бородич Татьяна Анатольевна

Межгосударственное образовательное учреждение высшего образования «Белорусско-Российский университет» просп. Мира, 43, Могилёв, старший преподаватель, tanjabor11@gmail.com,

В статье приведена методика оценки конкурентоспособности промышленного предприятияна примере Открытого акционерного общества «Могилевский завод лифтового машиностроения» путем комплексной оценки с использованием SWOT-анализа, интегральной оценки и методом парного сравнения, а так же даны рекомендации по его совершенствованию.

Ключевые слова: Оценка конкурентоспособности, методы оценки конкурентоспособности, лифтовое оборудование, SWOT-анализ, интегральная оценка, парное сравнение.

EVALUATION OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE AND WAYS OF ITS IMPROVEMENT

Lysenko Margarita Mikhailovna

Inter-state educational institution of higher professional education "Belarusian-Russian University"ave. Mira, 43, Mogilev, student, ritalysenkoo@gmail.com, *80257720063*

Borodich Tatyana Anatolyevna

Inter-state educational institution of higher professional education "Belarusian-Russian University" ave. Mira, 43, Mogilev, senior lecturer, tanjabor11@gmail.com, *80447384510*

The article presents a methodology for assessing the competitiveness of an industrial enterprise using the example of the Open Joint-Stock Company Mogilev Elevator Plant of Mechanical Engineering by means of a comprehensive assessment using SWOT analysis, integrated assessment and the pair comparison method, as well as recommendations for its improvement.

Keywords: competitiveness assessment, competitiveness assessment methods, elevator equipment, SWOT analysis, integrated assessment, pair comparison.

В современных рыночных условиях деятельность любого предприятия должна иметь в своей основе грамотную стратегию развития организации с учетом политики постоянного совершенствования качества продукции[1,с. 21].

На данный момент существует ряд методов оценки конкурентоспособности предприятий, их можно классифицировать следующим способом [2, с. 1]:

1. матричные методы;
2. методы, основанные на процедуре оценивания конкурентоспособности производимого товара;
3. методы на основе теории эффективной конкуренции;
4. методы, основанные на комплексном подходе к оценке.

Все представленные методы имеют свои плюсы и минусы, не существует идеальной со всех сторон методики оценивания конкурентоспособности предприятия, поэтому разработаны методики, благодаря которым оценка может производиться как по отдельности, так и в комплексе.

Оценка конкурентоспособности в предлагаемой методике, в свою очередь, основывается на анализе текущей рыночной ситуации, возможностей предприятия и его прямых конкурентов.

На глобальном рынке лифтостроения отмечается непрерывный ростпарка лифтов при устойчивой тенденции поиска новых конструктивных решений, отражающих требования рынка и научно-технические достиженияв различных отраслях промышленности.

Лидирующую роль в развитии лифтовой отрасли продолжаютиграть фирмы «OTIS» (США), «ThyssenKruppElevator» (Германия), «Schindler» (Швейцария), «Kone» (Финляндия). Открытое акционерное общество «Могилевский завод лифтового машиностроения» – это единственный в Республике производитель лифтового оборудования.

Оценка конкурентоспособности осуществляется в следующей последовательности:

1) проводится анализ сильных и слабых сторон предприятия- SWOT-анализ. Он должен дать четкое представление о ситуации и указать, в каких направлениях нужно действовать, используя сильные стороны, чтобы максимизировать возможности и свести к минимуму угрозы и слабости. SWOT-анализ ОАО «Могилёвлифтмаш» представлен табл. 1.

Таблица 1 - SWOT-анализ ОАО «Могилёвлифтмаш»

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ
Предприятие монополист по производству лифтового оборудования в РБ; высокое качество продукции; наличие сертификата системы менеджмента качества ISO 9001; наличие сертификатов соответствия	Физический износ технологичного оборудования; моральный износ технологичного оборудования; затягивание сроков оплаты партнерами за поставленную продукцию; непринятие

продукции; репутация компании: скорость обработки заказа потребителя; скорость выполнения заказа потребителя; скорость прохождения таможенного оформления; наличие товаропроводящей сети; наличие квалифицированного персонала, имеющего опыт работы в данной области; наличие широкого ассортимента продукцииспособного удовлетворить потребителя; монтаж оборудования; послепродажное обслуживание (гарантия)	рынком инновации.
ВОЗМОЖНОСТИ	УГРОЗЫ
Изменение банковской ставки при получении кредита; уменьшение стоимости на основное сырье в связи с форс-мажорными обстоятельствами; таможенный союз трех стран: России, Беларуси и Казахстана; вступление в ВТО Беларуси; участие в международных рынка; привлечение иностранных инвесторов	Увеличение таможенных пошлин на сырье и изделия в ЕС; рост цен на энергоносители; введение таможенных пошлин Россией на ввозимые изделия; ввод лицензирования или регистрацию контрактов на изделия; отказ посредников (покупателей) от дальнейшего заключения договоров; невыполнение договорных обязательств поставщиками сырья и потребителямипродукции; мировой кризис

2) проводится анализ основных конкурентов.

Основными конкурентами ОАО «Могилёвлифтмаш» являются ОАО «Щербинский лифтостроительный завод» (ЩЛЗ), ОАО Карачаровский механический завод (КМЗ), OTIS. Суммарно эти предприятия занимают долю рынка Российской Федерации в размере 63 %. ЩЛЗ и КМЗ предлагает товары сопоставимые с ОАО «Могилевлифтмаш» по качеству и цене. Анализ основных конкурентов отраженна в таблице 2.

Таблица 2 - Сильные и слабые стороны основных конкурентов ОАО «Могилевлифтмаш»

Производитель	Сильные стороны	Слабые стороны
ЩЛЗ	Широко используют административный ресурс в регионах РФ	Лифты не полностью соответствуют правилам безопасности
КМЗ	Учредитель предприятия - крупный банк, они широко используют поставку оборудования с длительной отсрочкой платежа	Большое количество рекламаций
OTIS	Известный бренд Предоставляет комплекс услуг: поставка оборудования, монтаж, сервис.	Удаленность клиентов от производства. Длительные сроки поставки.

Проводится сравнение цен основной продукции предприятия с его конкурентами (сравнение проводится в российских рублях), Сравнение цен отражено на рисунке 1.

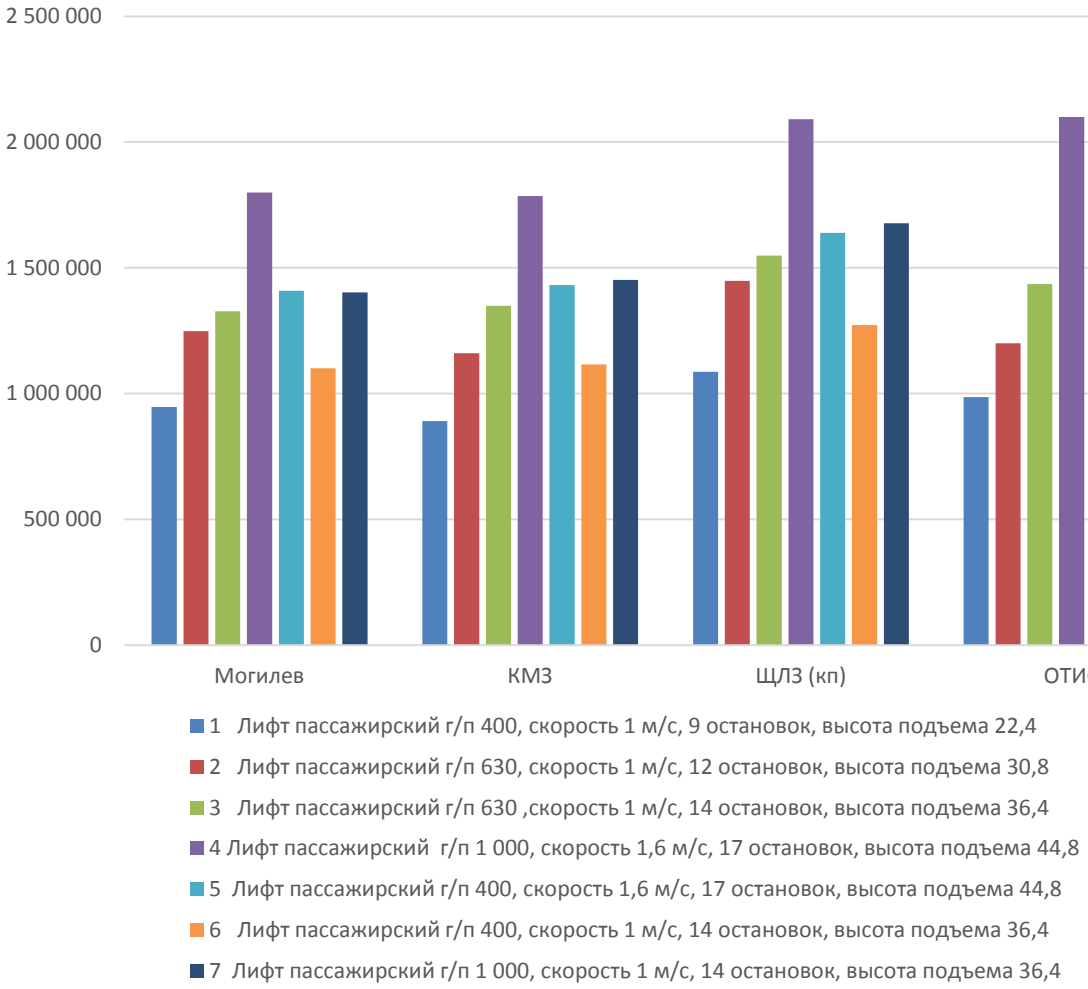

Рисунок 1- Цены основной продукции ОАО «Могилевлифтмаш» в соотношении с ценами его конкурентов.

Как можно видеть из таблицы 3, продукция предприятия является конкурентоспособной по цене.

1) Далее проводится интегральная оценка в двух направлениях:

4.1) По продукции.

Проводим оценку конкурентоспособности по основным показателям, характеризующим выпускаемую продукцию, с основным конкурентом на рынке РФ ОАО «Щербинский лифтостроительный завод» с помощью дифференциального метода, основанного на использовании единичных параметров, базы сравнения (ОАО «Могилевлифтмаш») и их сопоставления.

Анализ проводится по пассажирским лифтам 2020 и отражается в таблице 3.

Таблица 3 – Характеристика пассажирских лифтов

Показатель	ОАО «Могилев-лифтмаш»	ОАО «Щербинский лифтостроитель-ный завод»	Единич-ные показа-тели gi	Весовые коэффи-циенты ai	Груп-повой, показа-тель G
Грузоподъем-ность, макс, кг	1275	1 000	1,27	0,3	0,381
Скорость, макс, м/с	2	2,5	0,8	0,3	0,24
Высота подъема, макс, м	100	90	1,111	0,3	0,333
Число остановок, не более	30	27	1,11	0,1	0,111
Групповой показатель	-	-	-	-	1,065
Экономические параметры					
Цена	946 000	1 087 134	0,870	1	0,870

Подсчитываем интегральный показатель:

I=1,065/0,870=1,22

По данным таблицы 3, пассажирские лифты ОАО «Могилевлифтмаш» значительно превосходят изделие конкурента по техническим характеристикам: выше грузоподъемность, высота подъема, число остановок. По экономическим параметрам лифты ОАО «Могилевлифтмаш» имеет цену ниже, чем у изделия ОАО «Щербинский лифтостроительный завод». Таким образом, интегральный показатель больше единицы, следовательно, изделие не уступает изделию конкурента по техническим и экономическим характеристикам.

4.2) По предприятию в целом

Проводим оценку конкурентоспособности ОАО «Могилевлифтмаш» методом парных сравнений показателей[3,с.7], для этого в таблице 4 описываем показатели деятельности ОАО «Могилевлифтмаш» в сравнении с конкурентами.

Таблица 4 – Показатели деятельности предприятия по пассажирским лифтам

Показатели/ Производители	ОАО «Могилевлифт-маш»	ОАО «Щербинский лифтостроительный завод»	ОАО «Карачаровский механический завод»
1. Количество лет на рынке	54	70	70
2. Ассортимент, позиций	7	7	6
3. Филиалы, шт.	2	1	5
4. Ежемесячная мощность, лифтов	1108	1200	850
5. Дизайн, количество предлагаемых оформлений	~950	~912	~820

Элемент матрицы – bij, который принимает значения 2, в случае, когда Pi имеет более важное значение, чем Pj, значение 1, когда параметры Pi и Pj имеют равную весомую категорию, значение 0, когда Pi является менее важным по отношению к Pj:

bij=2, если Pi важнее Pj;

bij=1, если Pi равнозначно Pj;

bij=0, если еслиPi менее важно Pj.

Результаты попарного сравнения отражаются в таблице 5.

Таблица 5 – Результаты попарного сравнения

i/j	d	b	c	e	a	Si	Mi	R
d	1	2	2	2	2	9	0.36	1
b	0	1	2	2	2	7	0.28	2
c	0	0	1	2	2	5	0.2	3
e	0	0	0	1	2	3	0.12	4
a	0	0	0	0	1	1	0.04	5

Примечание: a – количество лет на рынке; b – ассортимент, позиций; c – филиалы, шт; d – ежемесячная мощность, лифтов, e - дизайн, количество предлагаемых оформлений; Si – сумма баллов по каждому показателю.

Проверка:

n^2 должно быть равно ∑Si, порядок матрицы n = 5, n^2=25, следовательно $\sum Si = 25$, матрица заполнена верно.

Определяем вес каждого показателя Mi, по формуле

$$Mi = Si/n^2; \quad (1)$$

Они располагаются в таблице 6 по степени важности, рангу.

Таблица 6 – Ранжирование показателей деятельности

d	M_i= 9/25=0,36	R1	Ежемесячная мощность, лифтов
b	M_i= 7/25=0,28	R2	Ассортимент, позиций
c	M_i= 5/25=0,2	R3	Филиалы, шт.
e	M_i= 3/25=0,12	R4	Дизайн, количество предлагаемых оформлений
a	M_i= 1/25=0,04	R5	Количество лет на рынке

Далее оцениванием показатели по пятибалльной шкале, от худшего – "1 балл", до лучшего "5 баллов" (шапка таблицы), при этом чем хуже качественное содержание показателя, тем ниже балл (1-10).

Разделяем показатели из таблицы на интервалы, результат представлен в таблице 7, и каждому интервалу будет соответствовать своя оценка.

Таблица 7 – Интервальное разделение показателей

Bi/Pi	1	2	3	4	5	Mi
R1	850-920	921-991	992-1062	1063-1133	1134-1200	Mi=0,36

R2	6-6,1	6,2-6,3	6,4-6,5	6,6-6,7	6,8-7	Mi=0,28
R3	1-1,6	1,7-2,3	2,4-3	3,1-4,7	4,7-5	Mi=0,2
R4	820-873	847-873	874-900	901-927	927-950	Mi=0,12
R5	54-57,2	57,3-60,5	60,6-63,8	63,9-67,1	67,2-70	Mi=0,04

Далее вычисляем интегральную оценку каждого конкурирующего предприятия, используя средневзвешенный метод расчета по формуле:

$$I = \sum_{i=1}^{m} M_i * B_{(P_i)} \quad (2)$$

ОАО «Могилевлифтмаш»:
I=0,36*3+0,28*5+0,2*2+0,12*5+0,04*1=3,52
ОАО «Щербинский лифтостроительный завод»:
I=0,36*5+0,28*5+0,2*1+0,12*4+0,04*5=4.08
ОАО «Карачаровский механический завод»:
I=0,36*5+0,28*1+0,2*5+0,12*1+0,04*5=3,4

Таким образом, в ходе оценки конкурентоспособности выявлено, что ОАО «Могилевлифтмаш» лидирует по таким показателям как ассортимент позиций, ежемесячная мощность над Карачаровским механическим заводом, превосходит количествомфилиалов над Щербинским лифтостроительным заводом, а количеством предлагаемых оформлений превосходит всех конкурентов.

Методом парного сравнения выявлено, что ОАО «Могилевлифтмаш» занимает среднее место среди основных конкурентов, что говорит о возможности и необходимости повышать конкурентоспособность предприятия на рынке СНГ.

Для повышения конкурентоспособности необходимо обновлять технологическое оборудование, что следует из SWOT-анализа, следовательно улучшать выпускаемый ряд лифтового оборудования (методом парных сравнений показателей в данной оценке используются пассажирские лифты), увеличивать производственные мощности, из итога метода парных сравнений показателей следует, что необходимо увеличивать количество филиалов и производственные мощности.

Список литературы

1. Рабочие материалы: Евразийская экономическая комиссия, Департамент промышленной политики, информация о результатах анализа состояния и развития производства подъемно-транспортного оборудования государств членов Евразийского экономического союза. [Электронный ресурс].- URL: http://metalmininginfo.kz/wp-content/files/Cpdf (Дата доступа: 10.03.2020).
2. Кудратова, Г.М. Сравнительная оценка конкурентоспособности предприятий строительной индустрии методом grandars.ru // Электронный научный журнал «Дневник науки», - 2019.-N1.- С.2-9
3. Попова, И.Н. Методы определение интегрального показателя конкурентоспособности розничных торговых сетей// И.Н. Попова. - ФГБОУ ВПО "Российский Экономический Университет им. Г.В. Плеханова Методика Россия, Москва, 2016.- 216 с.