

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

О.М. Бельская, Т.В. Пузанова

В статье рассматриваются вопросы оценки конкурентоспособности. Рассмотренные методы оценки конкурентоспособности экономического объекта позволяют установить те стороны, по которым экономический объект уступает или превосходит своих конкурентов, что является важным критерием при принятии управленческих решений по дальнейшему развитию предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность, радар конкурентоспособности, услуга конкурента, уровень конкурентоспособности.

С целью принятия управленческих решений по развитию предприятия необходимо оценивать уровень его конкурентоспособности. Для этого можно использовать несколько способов.

Одним из способов является сопоставление параметров анализируемой услуги и услуги-конкурента с уровнем, заданным потребностью потребителя, и сравнить полученные результаты. С этой целью рассчитывают единичные, групповые и интегральные показатели конкурентоспособности услуги.

Единичные показатели отражают процентное отношение уровня какого-либо технического или экономического параметра к величине того же параметра услуги-конкурента

$$q = \frac{p}{p_{100}} \cdot 100, \quad (1)$$

где q – единичный параметрический показатель;
 p – уровень параметра исследуемой услуги;
 p_{100} – уровень параметра услуги, принятого за образец, удовлетворяющего потребность на 100%.

Групповой показатель (G) объединяет единичные показатели (q_i) по однородной группе параметров (технических, экономических, эстетических) с помощью весовых коэффициентов (a_i), определённых экспертным путём

$$G = \sum_{i=1}^n a_i \cdot q_i, \quad (2)$$

где n – количество анализируемых факторов.

$$\sum_{i=1}^n a_i = 1 \quad (3)$$

Интегральный показатель (J) представляет собой отношение группового показателя по техническим параметрам (G_m) к групповому показателю по экономическим параметрам ($G_э$)

$$J = \frac{G_m}{G_э} \quad (4)$$

Если $J < 1$, то анализируемая услуга уступает образцу, а если $J > 1$, то она превосходит услугу-образец или услугу-конкурента по своим параметрам.

Также для оценки конкурентоспособности может использоваться графический метод, в котором происходит сопоставление «многоугольников конкурентоспособности» предприятий по нескольким критериям. На каждой оси с использованием определенного масштаба измерения отмечаются точки, соответствующие значениям критериев. Линия, проходящая через точки, образует многоугольник, который позволяет установить отличия услуги по отдельным критериям.

Приведенные методики использовались для оценки конкурентоспособности предприятия ООО «СПОРТПРОМ», основным видом деятельности которого по классификатору является предоставление услуг прочими местами для проживания. Актуальным для предприятия является формирование приемлемой ценовой политики, выявление своих сильных и слабых сторон, а также своих основных конкурентов.

При оценке конкурентоспособности предприятия сопоставлялись наличие или отсутствие той или иной услуги предприятия с услугой конкурентов и сравнивались результаты. С этой целью рассчитывались единичные, групповые и интегральные показатели конкурентоспособности услуги. Критерием оценки служила аддитивная свёртка ранее оцененных показателей. Весовые коэффициенты были получены и оценены в результате проведения анкетирования. Этот метод оценки конкурентоспособности предприятия был использован в разработанном программном продукте, результаты работы которого представлены на *рисунке 1*.

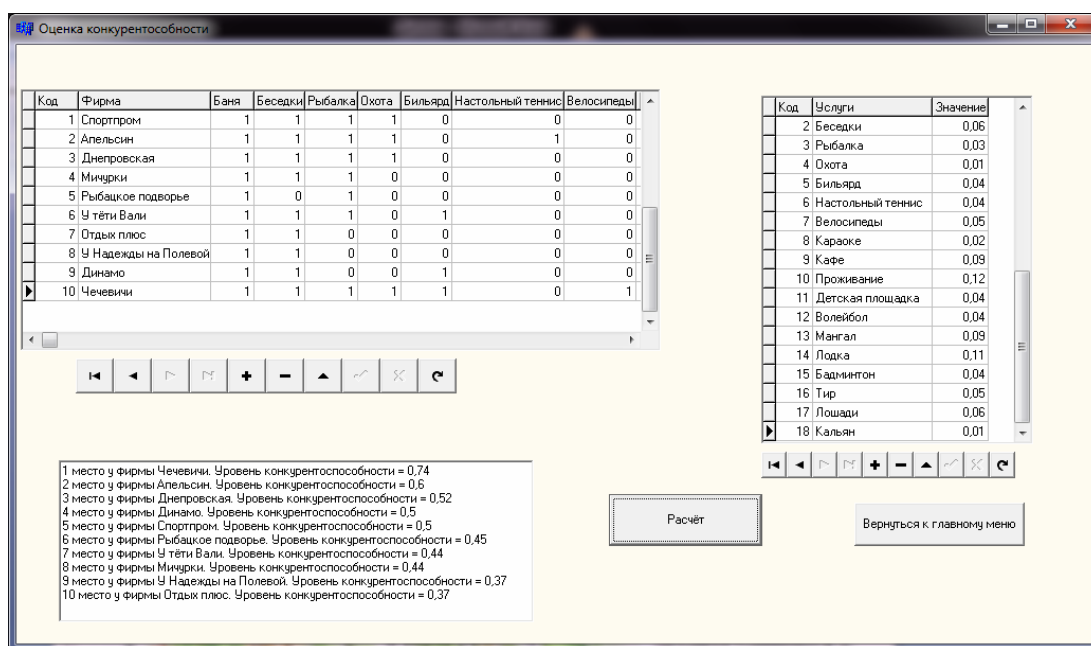


Рис. 1 – Оценка конкурентоспособности предприятия

В результате анализ конкурентоспособности показал, что предприятие ООО «СПОРТПРОМ» находится на пятом месте среди конкурентов. Основными конкурентами предприятия являются усадьба «Апельсин», база отдыха «Чечевичи», усадьба «Днепровская», а также база отдыха «Динамо» в д. Польшовичи. Также необходимо обратить особое внимание на такие усадьбы как «Мичурки», «У тёти Вали» и «Рыбацкое подворье», так как их конкурентное положение не значительно отличается от положения предприятия ООО «СПОРТПРОМ», следовательно, ему необходимо постоянно отслеживать перечень предоставляемых ими услуг, а также их цены.

Данный метод не позволяет корректно отобразить разноразмерные критерии. Поэтому для оценки уровня конкурентоспособности также был построен радар

конкурентоспособности предприятия ООО «СПОРТПРОМ» и ближайших предприятий-конкурентов. Исходя из результатов анкетирования, были выбраны следующие ключевые параметры оценки конкурентоспособности:

- доступная цена;
- внутренний интерьер;
- прокат беседок;
- баня;
- отдалённость от города;
- кафе.

Так как эти параметры как качественные, так и количественные, то при оценке уровня конкурентоспособности предприятия все эти параметры необходимо привести к условным оценкам.

Значения, по которым был построен радар, представлены в таблице 1.

Таблица 1. Значения параметров для оценки конкурентоспособности

Предприятия Параметры	СПОРТПРОМ	Апельсин	Динамо	Чечевичи	Днепровская	У тётки Вали	Мичурки
Доступная цена	низкая	средняя	средняя	средняя	средняя	средняя	средняя
Внутренний интерьер	среднего класса	современный	современный	разный	среднего класса	современный	высокого класса
Прокат беседок	есть	есть	есть	есть	есть	есть	есть
Баня	без бассейна	с бассейном	с бассейном	без бассейна	с бассейном	с бассейном	с бассейном
Отдалённость от города, км.	17	6	3	60	24	6	60
Кафе	буфет	есть	есть	есть	нет	нет	нет

Качественные показатели были получены экспертным путём. Все параметры были приведены к сопоставимому виду с помощью системы шкал и представлены в таблице 2. Так, например, при приведении параметра доступная цена условные оценки были выше при самых низких ценах, с увеличением цены эти оценки были ниже. Количественные параметры оценивались, чем ближе, тем выше значение параметра.

Таблица 2. Условные оценки параметров

Предприятие Параметры	СПОРТПРОМ	Апельсин	Динамо	Чечевичи	Днепровская	У тётки Вали	Мичурки
Доступная цена	1,0	0,8	0,9	0,9	0,8	0,9	0,9
Внутренний интерьер	0,8	1,0	0,9	1,0	0,8	1,0	0,9
Прокат беседок	1,0	1,0	1,0	0,9	1,0	1,0	1,0
Баня	0,9	1,0	1,0	0,9	1,0	1,0	1,0
Отдалённость от города	0,8	1,0	1,0	0,5	0,8	1,0	0,8
Кафе	0,9	1,0	1,0	0,9	0,0	0,0	0,0

Радар конкурентоспособности представлен на *рисунке 2*.

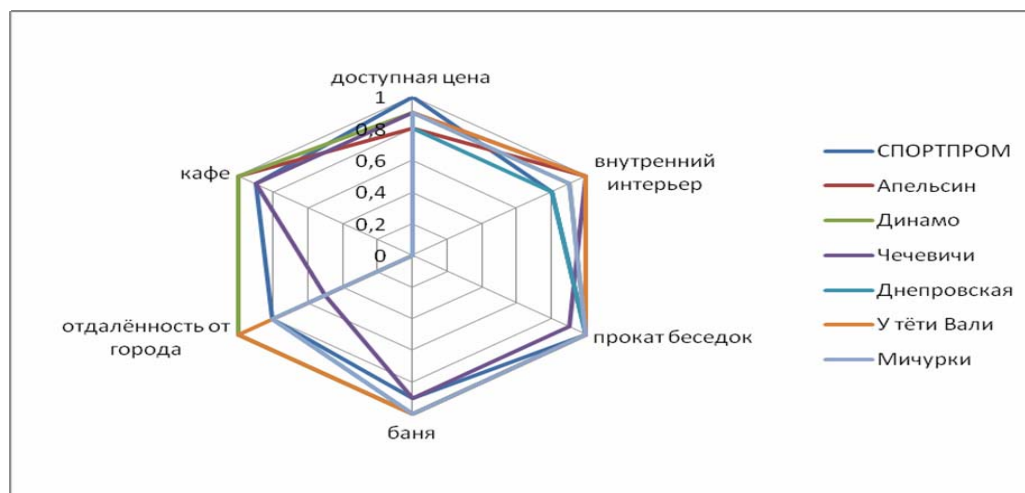


Рис. 2 – Радар конкурентоспособности группы предприятий

В результате был оценен уровень конкурентоспособности предприятия:

- 1) база отдыха «Динамо» д. Польковичи - 0,935;
- 2) усадьба «Апельсин» - 0,933;
- 3) база отдыха «Чечевичи» - 0,777;
- 4) база отдыха «СПОРТПРОМ» - 0,7;
- 5) усадьба «У тёти Вали» - 0,65;
- 6) усадьба «Мичурки» - 0,585;
- 7) усадьба «Днепровская» - 0,54.

Оценка конкурентоспособности показала, что ООО «СПОРТПРОМ» превосходит всех конкурентов доступной ценой. Однако по ряду показателей конкурентоспособность исследуемой базы отдыха немного уступает. Таким образом оценка конкурентоспособности предприятия позволила определить имеющиеся недостатки и направления совершенствования его работы по расширению перечня предоставляемых услуг и улучшению внутреннего интерьера.

Литература

1. *Русак, Н. А.* Анализ хозяйственной деятельности в промышленности : учебник / *Н.А.Русак, В.И. Стражев, О.Ф. Мигун и др.*; Под общ.ред. *В.И. Стражева.* – Минск : Выш.шк., 1998. - 398 с. : ил.
2. *Моисеева, Н. К.* Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление / *Н. К. Моисеева, Ю. П. Анискин.* — М : Внешторгиздат, 2001. – 304 с.
3. *Азов, А. Г.* Конкуренция : анализ, стратегия и практика. / *А. Г. Азов.* – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
4. *Лифиц, И. И.* Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / *И. И. Лифиц.* – М. : Юрайт-М, 2001. – 224 с.

Бельская Ольга Михайловна

Выпускник экономического факультета 2011 по специальности "Экономика и управление на предприятии"
Белорусско-Российский университет, г. Могилев
Тел.: +375(291)97-57-49
E-mail: ymnica-dochka89@mail.ru

Пузанова Татьяна Владимировна

Доцент кафедры "Экономическая информатика"
Белорусско-Российский университет, г. Могилев
Тел.: +375(296) 63-17-35
E-mail: puzanovat@tut.by