

определить необходимые ресурсы, разработать бизнес-процессы инновационной деятельности. Только так можно рассчитывать на успех.

К.Г. Подаруева

Российский государственный профессионально-педагогический университет

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В настоящее время в условиях развития предпринимательской деятельности, роста количества предприятий актуальна проблема оценки их конкурентоспособности. Оценка конкурентоспособности предприятий необходима в первую очередь самим предприятиям для определения своего места по отношению к конкурентам и для разработки эффективной стратегии управления.

В силу многоаспектности конкурентоспособности предприятия как экономической категории предлагается большое разнообразие методов оценки конкурентоспособности предприятия. Условно все методы можно разделить на 3 группы: методы экспертных оценок (аналитические), графические и матричные.

Достоинства методов экспертных оценок (оценка на основе расчета рыночной доли, на основе нормы потребительной стоимости, на основе теории эффективной конкуренции, рейтинговая оценка) заключаются в том, что они дают точный показатель, определяют место каждого предприятия по отношению к другому. Но главный недостаток состоит в том, что эти методы опираются на субъективное мнение автора.

Матричные методы (SWOT-анализ, матрица Бостонской консалтинговой группы, матрица Маккинзи, матрица Шелл) дают возможность выбрать конкурентную стратегию предприятия, позволяют увидеть положение предприятия, дают рекомендации по улучшению его положения. Кроме того, при матричном подходе возможно задействовать весь коллектив специалистов предприятия и получить более объективную оценку. Вместе с тем матричные методы не показывают причин сложившейся ситуации фирмы, не обладают прогностичностью.

Графические методы (многоугольник конкурентоспособности) являются одними из самых простых для оперативного анализа ситуации, наглядно показывают сильные и слабые стороны предприятия, определяют текущее положение предприятия относительно конкурентов. Но они сложны при расчетах показателей, получении исходных данных, отсутствует прогнозная информация.

Основным недостатком рассмотренных методов является их ограниченность: или оценивается какая-либо одна группа факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, и на основе полученных данных делается вывод об уровне конкурентоспособности всего предприятия, или метод является слишком сложным и трудоемким для практического использования. Использование только какого-то одного метода не дает полного представления об уровне конкурентоспособности предприятия. Представляется возможным для достоверной оценки конкурентоспособности предприятия использовать весь спектр методов оценки.

О.С. Полушина

Уральский государственный технический университет им. Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург

БЕНЧМАРКИНГ КАК МЕТОД ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Бенчмаркинг (от англ. benchmark, "начало отсчета", "зарубка") – это механизм сравнительного анализа эффективности работы одной компании с показателями других более успешных фирм. Многие организации во всем мире применяют бенчмаркинг, используя различные его формы, и рассматривают эталонное сопоставление в качестве инструмента совершенствования бизнеса и достижения конкурентных преимуществ.

При этом производственные и маркетинговые функции становятся более управляемыми, поскольку на предприятии исследуются и внедряются лучшие методы и технологии