

На правах рукописи

КОСТРОВА Алла Анатольевна

**ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ АНАЛИТИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ
СУБЪЕКТНОГО ПОДХОДА**

Специальность: 08.00.12 – Бухгалтерский учет,
статистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Екатеринбург - 2011

Работа выполнена на кафедре экономического анализа и информатики ГОУ ВПО «Ярославский государственный университет имени П.Г. Демидова».

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор
Завьялов Федор Николаевич

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, доцент
Жигунова Ольга Александровна

кандидат экономических наук
Гольмакова Лариса Васильевна

Ведущая организация: Ярославская государственная
сельскохозяйственная академия

Защита диссертации состоится 18 февраля 2011 г. в 14.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.285.12 при ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина» по адресу: 620002, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19, зал заседаний Ученого совета (ауд.Д).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина».

Автореферат разослан января 2011 г.

Ученый секретарь
диссертационного
совета,
доктор экономических
наук, доцент

Крылов С.И.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. В современный период в связи с расширяющимся выходом России на международные рынки проблема обеспечения устойчивого роста ее экономики стала особенно актуальной. Мировой экономический кризис показал, что отечественный бизнес не избавился от сырьевой зависимости, а производимые российскими предприятиями готовые изделия в основной массе имеют невысокую конкурентоспособность. На уровне глобальных экономических процессов влияние России невелико и не соответствует ее исторической роли. Это подтверждается ежегодным рейтингом мировой конкурентоспособности стран, составляемом швейцарской бизнес-школой IMD, где в 2010 году Россия занимает 51 место из 58, опустившись за год с 49-го места. Это худший результат с 2006 года, когда она занимала 54-е место. Россия находится в последней десятке в рейтинге конкурентоспособности Международного экономического форума (63-е место из 68).

Глобализация ставит перед отечественными предприятиями задачу всесторонней интеграции в мировое экономическое пространство. Успешным данный процесс будет при условии, когда предприятия будут обладать достаточно высоким уровнем конкурентоспособности. Повышение ее уровня является важнейшим фактором обеспечения успешного развития экономики регионов и страны в целом, поскольку сила и мощь любого государства во многом определяются конкурентоспособностью его хозяйствующих субъектов. Обеспечение ее высокого уровня на предприятиях положено в основу разработки национальной стратегии развития России, цель которой состоит в том, что в течение ближайших десятилетий Россия должна стать страной, где благополучие обеспечивается не столько сырьевыми, сколько интеллектуальными ресурсами: «умной» экономикой, создающей уникальные знания, экспортом новейших технологий и продуктов инновационной деятельности.

Для выживания в конкурентной борьбе и достижения доминирующих позиций лидера в стратегически важных отраслях и сферах экономики предприятиям необходимо иметь и активно развивать устойчивые и уникальные конкурентные преимущества. На первых порах должно формироваться ответственное и более глубокое осмысление самой категории конкурентоспособности во всем многообразии аспектов и определяющих ее факторов. Помимо управления уровнем собственной конкурентоспособности, для предприятий в целях более успешного функционирования в усложняющихся условиях хозяйствования, необходимо владеть информацией об уровне конкурентоспособности его партнеров.

Одной из основных сложностей, возникающих при исследовании конкурентоспособности предприятия, является решение вопросов методологического характера, которые вызваны

рядом причин: во-первых, разнообразием объектов оценки конкурентоспособности в условиях «новой экономики»; во-вторых, наличием несистематизированного объема информации о сущности конкурентоспособности ввиду отсутствия единства в подходах к ее определению; в-третьих, многообразием факторов, влияющих на конкурентоспособность, особенно на макроуровне.

Актуальность заявленной в работе темы вызвана объективной необходимостью систематизации накопленного исследовательского опыта по изучению конкурентоспособности предприятий, разработки принципиально нового подхода с учетом преодоления имеющихся недостатков и формирования на его основе методике ее анализа, которая позволяла бы предприятиям оценивать ее уровень у себя и своих партнеров для принятия эффективных управленческих решений.

Степень разработанности темы исследования. Теоретические и методические основы экономического анализа конкурентоспособности в целом и предприятия в частности исследовали в своих трудах отечественные и зарубежные ученые. Акцент в исследованиях конкурентоспособности *продукции* делали: Азгальдов Г.Г., Белый Е.М., Войтоловский Н.В., Воронов А.А., Гребнев Е.Т., Долинская М.Г., Завьялов П.С., Зайченко Д.А., Каплина О.В., Кутин А.А., Лифиц И.М., Лобанов М.М., Магомедов Ш., Ползунова Н.Н., Сабецкая Г.Р., Цеханов В.; особое внимание вопросам конкурентоспособности *предприятия* уделяли: Абрамов В.Л., Азоев Г.Л., Алещенко В.В., Андреева Е.Л., Бабошин А.В., Баумгартен Л.В., Белоусов В.Л., Беляевский И.К., Богомоллова И.П., Голубков Е.П., Дубаневич Е.В., Замураева Л.Е., Захарченко В.И., Зулькарнаев И.У., Караева Ф.Е., Криворотов В.В., Кротков А.М., Маракулин М.В., Прахалад К.К., Портер М., Стрикленд А. Дж., Томпсон Артур А., Уланова И.А., Фасхиев Х.А., Хайн Дж., Хамел Г., Чаплина А.Н., Шкардун В.Д., Эрлих М., Яковлев Г.И.; изучением конкурентоспособности *на макроуровне* занимались: Анучин А.А., Беленов О.Н., Бицоева С.М., Габуня Г.В., Гуриева Л.К., Дерябина М., Дынкин А.А., Колчин С., Кормнов Ю.Ф., Куренков Ю.В., Николаева Н.А., Терещевский Ю.И., Фатхутдинов Р.А., Целикова Л.В., Шамрай Ю.Ф., Шеховцева Л.С.

Аналитическое обеспечение оценки конкурентоспособности объектов различных уровней содержится в работах следующих авторов: Бариленко В.И., Вахрушиной М.А., Волковой О.Н., Головниной Л.А., Жигуновой О.А., Зыряновой Т.В., Илышева А.М., Илышевой Н.Н., Керимова В.Э., Ковалева В.В., Крылова С.И., Мельник М.В., Панковой С.В., Поповой Л.В., Савицкой Г.В., Селевич Т.С., Сорокиной Е.М., Хорина А.Н., Черненко А.Ф., Шеремета А.Д.

Конкурентоспособность была и остается предметом обсуждений и споров многих авторов. При этом проработанность ряда аспектов изучения еще далека от завершения. Существует множество подходов, как к определению данной категории, так и к методике ее анализа. Все

это привело к тому, что к настоящему моменту накоплен значительный массив информации по вопросам конкурентоспособности, который в большей части представляет собой несистематизированную совокупность авторских подходов. Кроме того, если на уровне продукции такие аспекты как сущность, влияющие факторы, методика анализа уже разработаны достаточно глубоко, то на уровне предприятия, территориальных образований эта конкретика теряется, возникает много сложностей и спорных моментов.

В исследованиях конкурентоспособности предприятия большое внимание в авторских публикациях уделяется вопросам методики ее анализа. Изучение большого объема информации позволило автору выделить ряд недостатков: недоступность информационной базы для проведения анализа; наличие теоретических показателей, которые не могут быть формализованы и объективно измерены, что снижает точность оценок; многообразие рассчитываемых при анализе показателей с целью максимального охвата всех сфер деятельности предприятия, а отсюда возникновение дублирования и противоречий; отсутствие показателей, характеризующих уровень инновационного развития. Разработанные методики не учитывают цели конкретного заинтересованного лица, хотя одно и то же предприятие может иметь разный уровень конкурентоспособности с позиции того или иного оценивающего его субъекта.

Высокая научная, теоретическая и практическая значимость вопросов исследования конкурентоспособности, недостаточная систематизация имеющихся подходов, а также необходимость преодоления теоретических и методических недостатков в данной области предопределили выбор темы диссертационного исследования и обусловили его цель и основные задачи.

Цель и задачи исследования. *Цель* работы состоит в развитии теоретических и методических основ формирования системы аналитических показателей конкурентоспособности предприятия для улучшения информационно-аналитического обеспечения управленческих решений, принимаемых внешними пользователями.

Реализация поставленной цели потребовала постановки и решения следующих *задач*:

- классифицировать подходы к развитию понятия конкурентоспособности, идентифицировать ее современное понятие;
- дополнить и уточнить совокупность требований к системе аналитических показателей конкурентоспособности предприятия;
- выделить факторы конкурентоспособности предприятия и методы ее анализа в разрезе оценивающих субъектов-пользователей;

- на основе субъектного подхода сформировать систему частных и интегральных показателей и разработать алгоритм их расчета для проведения анализа конкурентоспособности предприятия каждым субъектом-пользователем.

Область исследования. Диссертационное исследование соответствует п. 2.3. «Развитие методологии комплекса методов оценки, анализа, прогнозирования экономической деятельности», п. 2.8. «Экономический анализ и оценка эффективности предпринимательской деятельности», п. 2.11. «Теория и методология финансового, управленческого, налогового, маркетингового анализа» раздела 2 «Экономический анализ» специальности 08.00.12 «Бухгалтерский учет, статистика» паспорта научных специальностей ВАК Минобрнауки России.

Предмет и объект исследования. *Предметом* является комплекс теоретических и методических вопросов, связанных с формированием и апробацией системы аналитических показателей конкурентоспособности предприятия на основе субъектного подхода. *Объектом* диссертационного исследования выступает уровень конкурентоспособности ряда предприятий Ярославской, Вологодской, Московской, Рязанской, Нижегородской областей с позиций потребителя, поставщика, кредитора, инвестора, персонала, конкурентов.

Методология и методы исследования. В процессе написания диссертации были использованы материалы монографий, научных трудов, учебников, учебных пособий, статей из специализированных периодических изданий по финансовому и управленческому анализу, менеджменту, маркетингу. В диссертационном исследовании в качестве методологического инструментария использовались такие общенаучные методы познания, как анализ и синтез, индукция и дедукция, классификация и конкретизация; сравнение; логический, диалектический подходы. При работе над диссертацией применялись экономические методы исследования: статистический, экономико-аналитический, динамический, графический, коэффициентный анализ. А также использовался специальный метод – метод расстояний. Методика исследования включает изучение, обобщение, оценку накопленного зарубежного и отечественного опыта теории и практики определения и анализа конкурентоспособности, разработку методики анализа конкурентоспособности на основе субъектного подхода, выполнение расчетных аналитических процедур в рамках методики, апробацию разработанного подхода на объектах исследования.

Научная новизна исследования заключается в формировании авторского варианта решения основных теоретических, методических и практических проблем в области исследования конкурентоспособности предприятий и формировании нового подхода к определению ее сущности и методике анализа. В процессе исследования получены следующие научные результаты:

1. Разработана классификация подходов к развитию понятия конкурентоспособности на основе историко-эволюционного подхода, что позволило идентифицировать современное понятие конкурентоспособности и структурировать его в широком и узком смысле, то есть обеспечило приращение научного знания.

2. Дополнена и уточнена совокупность требований к системе аналитических показателей конкурентоспособности предприятия через введение в ее состав требования наличия и доступности информации для ее оценки, исключения субъективных и теоретических показателей, что дало возможность перейти к формированию данной системы.

3. Выделены факторы конкурентоспособности предприятия и методы ее анализа в разрезе оценивающих субъектов, в качестве которых были рассмотрены покупатели, поставщики, кредиторы, инвесторы, персонал фирмы, конкуренты, что позволило провести дифференцированный анализ конкурентоспособности предприятия по субъектам-пользователям исходя из поставленной ими цели.

4. На основе субъектного подхода сформирована система частных и интегральных показателей, разработан алгоритм их расчета для проведения анализа конкурентоспособности предприятия каждым субъектом-пользователем, что дало возможность учесть их специфические интересы при принятии управленческих решений с целью повышения эффективности сотрудничества с партнерами.

Теоретическая и практическая значимость. *Теоретическая значимость* исследования заключается в обобщении, уточнении, дополнении и развитии существующих теоретических положений анализа конкурентоспособности предприятия, изучении имеющихся и разработке новых подходов, принципов и требований формирования сущности и методики анализа конкурентоспособности предприятия, а также рекомендаций по их совершенствованию.

Практическая значимость исследования состоит в научном обосновании методики анализа конкурентоспособности для каждого оценивающего субъекта-пользователя с учетом его специфических интересов. Методика может использоваться:

- в качестве инструмента оценки контрагентов (потребителей продукции, поставщиков) в ходе финансово-хозяйственной деятельности предприятия для оперативного и эффективного принятия управленческих решений по организации отношений с оцениваемыми партнерами;

- как основа принятия решений кредиторами о сроках и величине предоставляемых заемных средств, а также инвесторами на предварительном этапе определения объекта вложения средств;

- как инструмент оценки фактического или выбора потенциального места работы;

- при разработке оптимальной маркетинговой и конкурентной стратегии предприятия исходя из того или иного положения конкурентов.

Теоретические и методические положения анализа конкурентоспособности предприятия могут быть использованы в рамках учебного процесса, в том числе как специализированная дисциплина в рамках подготовки студентов по специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Менеджмент организации».

Апробация и внедрение результатов исследования. Результаты, полученные в процессе диссертационного исследования в части организационных и методических вопросов анализа конкурентоспособности предприятия получили освещение на международных и всероссийских научно-практических конференциях и форумах в Рыбинской государственной авиационной технологической академии (14.10.2008, г. Рыбинск), в Ярославском государственном техническом университете (13.11.2008, г. Ярославль), в Ярославском государственном университете им. П.Г. Демидова (9.12.2008, 4.12.2009, 29.01.2010, г. Ярославль), в Ярославском военном финансово-экономическом институте (15.04.2009, г. Ярославль), в Ярославском филиале Московского института экономики, статистики и информатики (23.04.2009, г. Ярославль), в Пензенском государственном педагогическом университете (31.03.2010, г. Пенза), в Смоленском гуманитарном университете (12.11.2009, г. Смоленск), в Уральском государственном экономическом институте (21.04.2010, г. Екатеринбург), в Вятском государственном гуманитарном университете (15.04.2010, г. Ижевск).

Содержащиеся в диссертации практические рекомендации нашли применение в учебном процессе экономического факультета Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова, а также при проведении управленческого анализа хозяйственной деятельности ООО «Инсайд-2000» (при оценке конкурентоспособности контрагентов и конкурентов).

Основные положения диссертации отражены в 14 печатных работах общим объемом 4,07 печатных листа (в том числе авторских - 3,74 печатных листа), среди которых 2 работы опубликованы в изданиях, рекомендованных ВАК.

Объем и структура диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Диссертация изложена на 193 страницах, содержит: 6 рисунков, 34 таблицы, 42 формулы, 26 приложений. Библиографический список включает 150 наименований.

2. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Разработана классификация подходов к развитию понятия конкурентоспособности на основе историко-эволюционного подхода, что позволило идентифицировать современное понятие конкурентоспособности и структурировать его в широком и узком смысле, то есть обеспечило приращение научного знания.

Конкурентоспособность является предметом обсуждений, споров и исследований многих авторов. Это вызвано разнообразием объектов оценки конкурентоспособности, особенно в условиях «новой экономики»; отсутствием единства в подходах к определению ее сущности; многообразием факторов, на нее влияющих. Были рассмотрены, обобщены и классифицированы подходы авторов к определению конкурентоспособности (см. рис. 1):

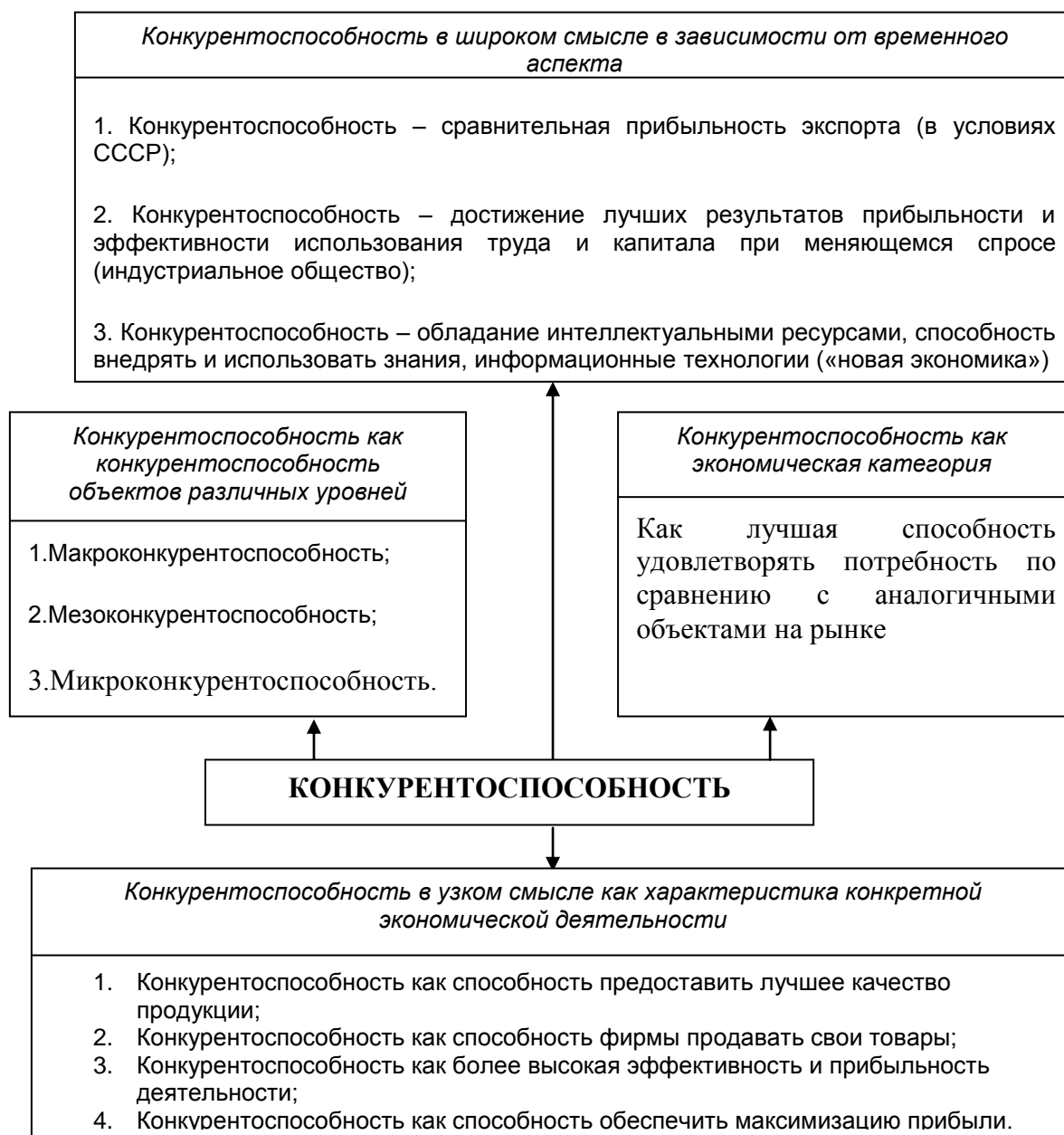


Рисунок 1 - Классификация подходов к развитию понятия конкурентоспособности

Одним из главных недостатков подходов к определению конкурентоспособности является слабое отображение в них практической значимости. Прагматический аспект любого понятия в операционном плане определяется, прежде всего, тем, насколько его содержание может быть

использовано в качестве основы при разработке методов и средств решения практических задач, связанных с ним.

С целью придания категории «конкурентоспособность» практической значимости автором был сформирован субъектный подход к определению и анализу этой характеристики предприятия, который представляет собой новый концептуальный подход к решению проблем методологического характера, связанных с данной категорией.

Конкурентоспособность предприятия рассматривается как наличие у него преимуществ в достижении лучшего уровня определенной характеристики деятельности. Формами проявления единой сущности конкурентоспособности предприятия выступают различные ее интерпретации в зависимости от интересов оценивающих субъектов и преследуемых ими целей оценки. Это означает, что конкурентоспособность предприятия может оказаться тождественной некоторой экономической характеристике деятельности в зависимости от потребностей субъекта оценки. Сущность, состав, содержание и методика анализа разработаны и построены таким образом, чтобы каждый заинтересованный в уровне конкурентоспособности конкретного предприятия субъект мог получить необходимую информацию, а также сравнить ее для выявления более конкурентоспособного объекта. Для каждого субъекта приоритетным будет являться лишь некоторый определенный аспект деятельности предприятия. Показатель конкурентоспособности при этом является *комплексным*, то есть складывается из ряда конкурентных преимуществ предприятия, которые выявляются путем сопоставления с соответствующими показателями организаций-конкурентов. В качестве основных участников рынка выступают покупатели, поставщики, кредиторы, инвесторы, персонал фирмы, конкуренты.

Рассмотрим интересы основных участников хозяйственного процесса при оценке конкурентоспособности фирмы:

1. Покупатели оценивают конкурентоспособность фирмы с позиции конкурентоспособности приобретаемого товара. Интерес потребителя складывается из оценки характеристик продукции и качества обслуживания. В условиях жесткой конкуренции среди предприятий-поставщиков выигрывают те, которые оперативно могут адаптироваться к возрастающему разнообразию спроса на продукцию, поэтому при оценке конкурентоспособности необходимо включать способность предприятий к обновлению ассортимента, что будет положительно их характеризовать с инновационной точки зрения. Кроме того, в конкурентной борьбе предпочтение будет отдаваться предприятиям, которые информационно открыты, то есть предоставляют максимальное количество полезной для покупателя информации.

2. Поставщики заинтересованы в способности покупателей своевременно и полностью рассчитаться за поставленный товар, выполненные работы, оказанные услуги, то есть уровень платежеспособности. Для поставщика немаловажен имидж партнера, а также устойчивость положительных характеристик финансового состояния в перспективе для оценки стабильности и надежности сотрудничества.

3. Кредиторы заинтересованы в уровне кредитоспособности фирмы-заемщика, а также его финансовой независимости и платежеспособности. При определении условий предоставления кредита банку необходимо определиться с уровнем риска, который он готов принять на себя. Для этого целесообразно оценить способность предприятия генерировать достаточный уровень прибыли посредством прямых показателей эффективности финансово-хозяйственной деятельности. Набор факторов и показателей для оценки надежности клиента должен различаться в зависимости от того, на долгосрочные или текущие цели выдается кредит. Для количественной оценки могут использоваться показатели эффективности инвестиционной деятельности, если привлекается долгосрочный кредит, или текущей деятельности, если речь идет о краткосрочном финансировании.

4. Инвесторы оценивают целесообразность вложения средств в деятельность компании и вероятность получения доходов. При этом инвестиционная привлекательность обеспечивается финансовой устойчивостью, платежеспособностью, рентабельностью основной деятельности, эффективностью использования собственного капитала, низким риском вероятности банкротства. Инвесторы оценивают эффективность инвестиционной деятельности на основании рассмотрения уровня отдачи от использования материальных и финансовых ресурсов. Поскольку успех вложения средств в деятельность предприятия зависит во многом от рациональности финансирования развития фирмы, то инвесторов интересует в целом уровень финансовой независимости предприятия, его способность наращивать темпы устойчивого роста собственного капитала, обеспечивать вклады учредителей.

5. Персонал фирмы, как непосредственно функционирующий на предприятии, так и находящийся в резерве, интересуется уровнем оплаты труда, уровнем социального обеспечения, качеством организации труда с точки зрения возможности саморазвития, повышения квалификации. Добиться успехов в карьере возможно при наличии соответствующих условий, одним из которых является соответствующий состав работников с высоким уровнем образования, умений, навыков, и стремлением к дальнейшему развитию. Учитывая психологический фактор необходимо отметить, что специалист стремится к обеспечению защищенности себя с точки зрения сохранения и заработной платы и места работы, особенно в кризисные периоды. Поведение руководства в подобных случаях можно оценить посредством сопоставления численности работников и размера ФОТ фактически в анализируемом периоде к

предыдущему уровню. Для работника немаловажным фактором является стабильность фирмы на рынке, которая оценивается посредством расчета финансовых показателей деятельности организации.

6. Конкуренты предприятия оценивают конкурентоспособность фирмы по достаточно широкому перечню аспектов деятельности. Их интересует способность предприятия к увеличению своей доли рынка, которую можно оценить посредством расчета среднегодового темпа роста объема продаж за ряд периодов, а также производительности труда промышленно-производственного персонала. Поскольку одним из направлений борьбы между конкурентами является стремление к экономии на затратах, то немаловажным моментом является оценка затратности основных подсистем предприятия, как производственных, так и управленческих. Важными и доступными для расчета являются характеристики финансового состояния предприятия, среди которых конкурентам целесообразно оценивать платежеспособность, финансовую устойчивость, вероятность банкротства. В современных условиях в конкурентной борьбе выигрывает то предприятие, которое встает на путь инновационного развития. Интенсивность движения в этом направлении можно оценить путем расчета доли затрат на НИОКР. Кроме того, в сложившейся экономической ситуации, которая характеризуется высокой неопределенностью, необходимо оценивать возможности адаптации конкурентов к изменяющимся условиям.

Таким образом, конкурентоспособность может в определенных условиях оказаться тождественной таким экономическим категориям, как качество продукции, платежеспособность, кредитоспособность, эффективность деятельности, прибыльность, устойчивость, инвестиционная привлекательность в различных комбинациях. При этом сущность категории конкурентоспособности должна оставаться единой независимо от формы ее проявления в интересах различных субъектов.

Для формулировки определения конкурентоспособности помимо наполнения его с сущностной, то есть с экономической точки зрения, необходимо обеспечить и его понятийный аппарат, то есть ключевые и связующие слова. С нашей точки зрения, в определение конкурентоспособности целесообразно включить следующие понятия: *категория; характеристика; возможность; способность; свойство; уровень.*

Определение конкурентоспособности предприятия с использованием субъектного подхода сформулировано автором следующим образом:

Конкурентоспособность предприятия – это экономическая категория, характеризующая уровень наличия у предприятия преимуществ, то есть определенных свойств, способных лучше удовлетворять требования субъектов по определенному приоритетному аспекту финансово-хозяйственной деятельности.

Автором сформулированы общие принципы разработанного субъектного подхода:

1. Конкурентоспособность является универсальной категорией, что отражается в определении ее сущности.

2. Формы проявления сущности конкурентоспособности предприятия определяются интересами субъектов ее оценки и представлены в таблице 1. В данном случае не нарушается единство сущности конкурентоспособности предприятия, сформулированное в определении.

Таблица 1

Формы проявления сущности конкурентоспособности фирмы и направления ее анализа в зависимости от субъекта-пользователя

<i>Заинтересованные субъекты-пользователи</i>	<i>Интерес субъекта-пользователя</i>	<i>Форма проявления сущности конкурентоспособности</i>	<i>Направления анализа</i>
Покупатели	Желание приобретать продукцию лучшего качества, по приемлемой цене, с эргономичным послепродажным обслуживанием и соблюдением условий договора	Конкурентоспособность фирмы как конкурентоспособность производимой им продукции	Анализ конкурентоспособности продукции с применением методик оценки качества продукции в сопоставлении с ценой; степени выполнения условий договора и способности предприятий к инновационному развитию
Поставщики	Способность предприятия рассчитаться по обязательствам	Конкурентоспособность фирмы как его платежеспособность и устойчивость в перспективе	Комплексный анализ платежеспособности организации с точки зрения ее обеспеченности и возможности поддержания в дальнейшем
Кредиторы	Способность предприятия рассчитаться по кредитным обязательствам		
Инвесторы	Целесообразность вложения средств в развитие предприятия	Конкурентоспособность фирмы как его инвестиционная привлекательность	Анализ финансовой устойчивости, рентабельности, способности наращивать капитал, рациональности финансирования деятельности
Персонал фирмы	Уровень социального обеспечения, качественный состав работников, защищенность персонала в кризисные периоды, имидж предприятия с точки зрения характеристик его финансового состояния	Конкурентоспособность фирмы как способность привлечь, удержать и эффективно использовать трудовые ресурсы	Анализ затрат предприятия на оплату труда и социальное обеспечение, анализ финансового состояния организации
Конкуренты	Уровень развития конкурентов в сопоставлении с достигнутым уровнем для корректировки маркетинговой и конкурентной стратегии	Конкурентоспособность фирмы как способность к устойчивому развитию и завоеванию большей доли рынка	Анализ затратности деятельности, финансовой устойчивости и платежеспособности, способности выходить из кризисных ситуаций и развивать инновации

3. В основе конкурентоспособности предприятия лежит сопоставимость, которая должна быть организована корректно.

4. Информационная база включает всю общедоступную информацию официального и неофициального характера: бухгалтерская, статистическая отчетность, данные годовых и квартальных отчетов, информация интернет-источников.

5. Основными характеристиками конкурентоспособности предприятия являются многовариантность, универсальность, многоаспектность, конкретность, относительность, критериальный характер.

6. Сущность конкурентоспособности предприятия является основой решения практических задач: на основе рассмотрения различных форм проявления сущности в зависимости от интереса субъекта оценки разрабатывается методика анализа конкурентоспособности предприятия в виде алгоритма оценки для каждого заинтересованного субъекта-пользователя.

7. В результате применения методики анализа конкурентоспособности определяется предприятие-победитель для каждого оценивающего субъекта.

2. Дополнена и уточнена совокупность требований к системе аналитических показателей конкурентоспособности предприятия через введение в ее состав требования наличия и доступности информации для оценки, исключения субъективных и теоретических показателей, что дало возможность перейти к формированию данной системы.

Основные требования к методике анализа конкурентоспособности были сформулированы известным специалистом в области квалиметрии Азгальдовым Г.Г. и дополнен Фасхиевым Х.А. К ним относятся требования: пригодности, достаточности, уникальности, надежности, квантифицируемости, интегральности, индивидуальности, гибкости, нетрудоемкости, оперативности, улучшаемости, количественности, одинаковости, глобальности, единственности, сравнимости, воспроизводимости, всесторонности, чувствительности, монотонности, точности, динамичности, направленности, управляемости, экономической эффективности.

Автором предложено добавить к приведенному перечню *требование доступности информации* для проведения оценки конкурентоспособности, то есть разрабатываемая методика должна содержать набор показателей, расчет которых возможен для соответствующих пользователей. При этом система не должна содержать теоретических и субъективных показателей, не поддающихся количественной оценке. Логическим продолжением является включение в перечень требований *непосредственно к информационной базе анализа*. Поскольку основную массу доступной официальной информации составляет

бухгалтерская отчетность, то необходимо соблюдать требования к содержащейся в ней информации, которые представлены в нормативных документах по бухгалтерскому учету.

Обобщая требования, изложенные ранее, и учитывая разработанные нами дополнительные предложения, автором сформирован следующий перечень требований к разрабатываемой методике анализа конкурентоспособности предприятия:

- методика должна измерять непосредственно уровень конкурентоспособности предприятия;

- методика должна основываться на применении несложных расчетов с использованием документально подтвержденных (то есть отчетных) числовых данных, которые должны быть доступны субъектам оценки и при этом удовлетворять всем требованиям к их качеству;

- все показатели, используемые для определения уровня конкурентоспособности предприятия, должны иметь строго определенный порядок расчета, критерий оценки и экономический смысл, объединяться в единственный показатель при помощи методов построения интегрального показателя;

- методика должна быть построена таким образом, чтобы при необходимости показатели-характеристики могли быть добавлены, исключены, изменены или заменены в интегральном показателе конкурентоспособности предприятия без изменения его сущности;

- рассчитываемый показатель уровня конкурентоспособности конкретного предприятия должен быть исчерпывающим, учитывающим все существенные аспекты деятельности, не зависящим от других объектов и не имеющим аналогов среди других показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия;

- применение методики должно быть одинаковым по отношению ко всем объектам на различных стадиях жизненного цикла и разными субъектами, при этом интересы последних должны удовлетворяться в полной мере;

- реализация методики не должна требовать значительных трудовых, материальных и временных затрат, но при этом давать реальный экономический эффект в виде возможности проводить комплексный анализ конкурентоспособности предприятия с целью управлять ее уровнем, моделировать ее состояние и добиваться успехов в конкурентной борьбе.

Требования послужили основой формирования методики анализа конкурентоспособности предприятия, при разработке которой автор стремился к максимальному их удовлетворению.

3. Выделены факторы конкурентоспособности предприятия и методы ее анализа в разрезе оценивающих субъектов, в качестве которых были рассмотрены покупатели, поставщики, кредиторы, инвесторы, персонал фирмы, конкуренты, что позволило провести дифференцированный анализ конкурентоспособности предприятия по субъектам-пользователям исходя из поставленной ими цели.

Формирование методики анализа конкурентоспособности предприятия должно основываться на определении факторов, определяющих тот или иной ее уровень.

На основании проведенного обзора подходов авторов к определению детерминирующих факторов конкурентоспособности их можно объединить в следующие группы: ресурсы (материальные, трудовые, финансовые); производственные, сбытовые возможности; инновации и технологии; стратегия деятельности предприятия, качество управления; уровень издержек; эффективность финансово-хозяйственной деятельности; характеристики продукции; имидж предприятия; макроэкономические показатели.

Обобщая позиции авторов, можно сделать вывод о том, что основным критерием к выделению факторов является стремление максимально охватить разные аспекты деятельности предприятия, которые выражаются в указываемых ими факторах. Подобная позиция имеет ряд существенных недостатков:

во-первых, стремление к разработке универсального набора факторов приводит к появлению таких, которые носят теоретический характер. Они не могут быть объективно измерены, что снижает точность оценки. Поэтому при разработке их перечня для анализа конкурентоспособности необходимо стремиться к минимизации таких факторов;

во-вторых, многие классификации факторов рассчитаны на то, что субъекты, проводящие анализ конкурентоспособности предприятия располагают внутренней труднодоступной информацией. Для повышения уровня практической применимости разрабатываемой системы аналитических показателей конкурентоспособности необходимо, чтобы для внешних пользователей она основывалась на доступных источниках информации;

в-третьих, недостаточное внимание уделяется факторам, характеризующим инновационное развитие предприятия;

в-четвертых, отдельным субъектам конкурентоспособности предприятия необязательно проводить анализ в комплексе по всем направлениям деятельности. Им интересен определенный приоритетный аспект, в отношении которого и выясняют наличие преимуществ. Поэтому и набор факторов должен варьироваться в зависимости от субъекта оценки.

Автором разработана классификация факторов конкурентоспособности в зависимости от субъекта оценки (см. табл. 2).

Разработанный перечень факторов для каждого оцениваемого субъекта с учетом их специфических интересов включает факторы, характеризующие как финансовую, так и производственную деятельность предприятия, что придает субъектному подходу более объективный характер и позволяет максимально учесть потребности субъектов-пользователей анализа.

Факторы конкурентоспособности фирмы по субъектам-пользователям

<i>Субъект оценки</i>	<i>Факторы конкурентоспособности предприятия</i>
Покупатели	1. Характеристики продукции: 1.1. технические (качество): показатели надежности, безопасности и т.д. 1.2. экономические: цена, расходы на доставку и т.д.
	2. Выполнение условий договора по срокам, качеству, ассортименту
	3. Инновации: возможность предприятия предлагать новые виды продукции
	4. Имидж фирмы, престиж торговой марки
Поставщики	1. Уровень платежеспособности
	2. Стабильность работы в перспективе
	3. Имидж предприятия
Кредиторы	1. Имидж, репутация и кредитная история заемщика
	2. Финансовое состояние предприятия
	3. Цели использования кредитных ресурсов
Инвесторы	1. Финансовое состояние предприятия
	2. Эффективность инвестиционной деятельности фирмы
	3. Рациональность финансирования развития фирмы
	4. Способность наращивать величину собственного капитала
Персонал фирмы	1. Уровень оплаты труда и социального обеспечения
	2. Качественный состав работников
	3. Защищенность персонала в кризисные периоды
	4. Финансовое состояние предприятия
Конкуренты	1. Способность к увеличению доли рынка
	2. Затратность основных подсистем предприятия
	3. Эффективность работы промышленно-производственного персонала
	4. Способность сохранять статус платежеспособного предприятия
	5. Финансовая устойчивость предприятия
	6. Эффективность деятельности предприятия
	7. Интенсивность инновационного развития
	8. Способность адаптации к изменяющимся условиям

4. На основе субъектного подхода сформирована система частных и интегральных показателей, разработан алгоритм их расчета для проведения анализа конкурентоспособности предприятия каждым субъектом-пользователем, что дало возможность учесть их специфические интересы при принятии управленческих решений с целью повышения эффективности сотрудничества с партнерами.

На основании субъектного подхода разработана система аналитических показателей конкурентоспособности предприятия посредством определения набора и порядка измерения факторов конкурентоспособности, которая учитывает интересы различных субъектов оценки, содержит по минимуму количественно неизмеримые факторы, основана преимущественно на доступной официальной финансовой и статистической отчетности и включает показатели, характеризующие уровень инновационного развития. Данная методика основывается на расчете интегрального показателя, который является индивидуальным для каждого субъекта и учитывает их специфические интересы.

Реализация методики анализа конкурентоспособности предприятия на основе субъектного подхода включает в себя следующие действия (см. рис. 2).

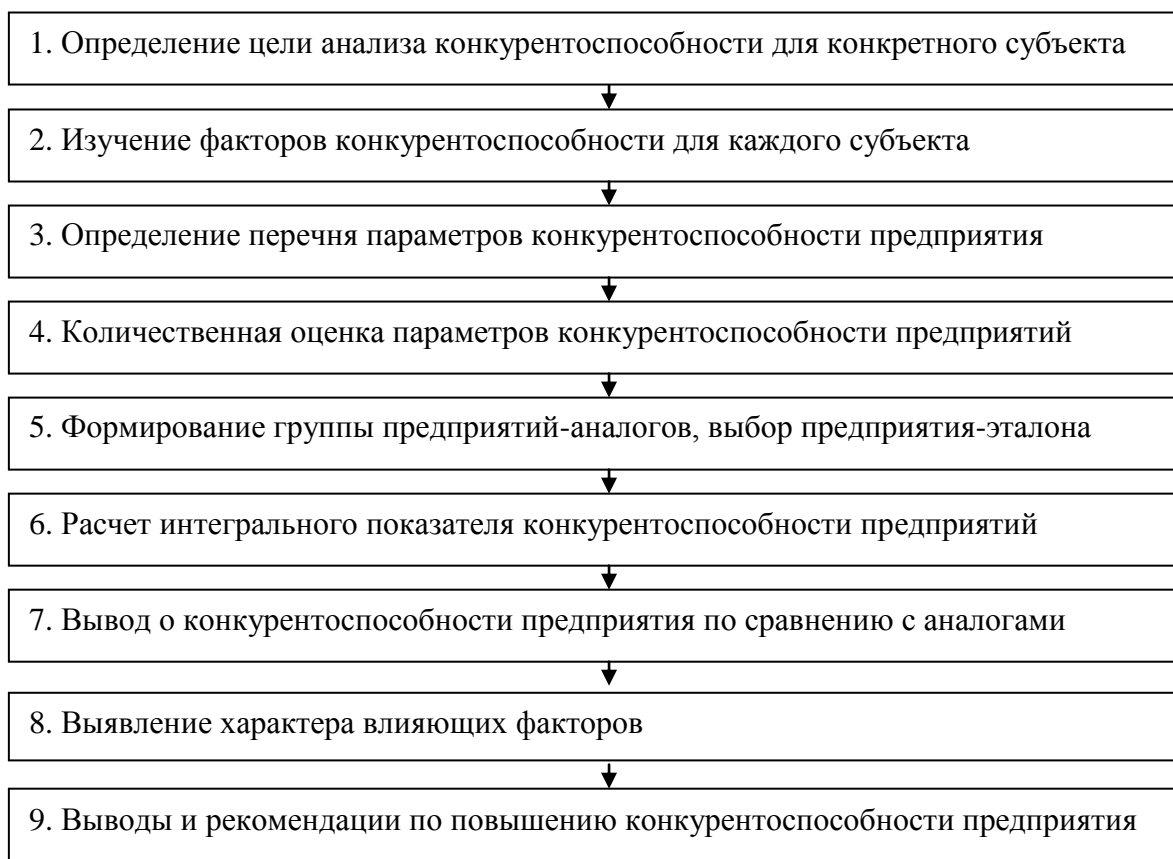


Рисунок 2 - Алгоритм анализа конкурентоспособности предприятия

На основании проведенного ранее обоснования интересов и целей анализа конкурентоспособности предприятий для каждого субъекта-пользователя, а также сформированного перечня детерминирующих факторов, автор считает целесообразным включение в систему аналитических показателей, представленных в таблице 3.

На основании количественной оценки показателей по группе предприятий определяется условное предприятие-эталон, имеющее лучшие значения по всем оцениваемым показателям. Для расчета интегрального показателя конкурентоспособности (K_j) используется метод расстояний:

$$K_j = \sqrt{\sum (1 - x_{ij} / x_{im+1})^2},$$

где x_{ij} - значение i -го показателя хозяйственной деятельности для j -го объекта;

x_{im+1} - значение i -го показателя хозяйственной деятельности для объекта-эталона.

Система аналитических показателей конкурентоспособности фирмы по субъектам-пользователям

	Фактор конкурентоспособности	Рассчитываемый показатель		Фактор конкурентоспособности	Рассчитываемый показатель
П О К У П А Т Е Л И	1. Характеристики продукции: 1.1. технические 1.2. экономические	- Единичный индекс: $q_i = V_i / V_{i \text{ баз.}} (i = 1-n); q_i = V_{i \text{ баз.}} / V_i$ - Групповой показатель: $Q_{\text{тех (эк)}} = \sum a_i * q_i (i = 1-n)$ - Интегральный показатель: $K = Q_{\text{тех}} / Q_{\text{эк.}}$	П О С Т А В Щ И К И	1. Уровень платежеспособности	- Коэффициент абсолютной ликвидности: $K_{\text{абс.лик.}} = (ДС + КФВ) / КО;$
	2. Выполнение условий договора по срокам, качеству, ассортименту, продукции	- Уровень рекламаций: $У_{\text{рекл.}} = K_{\text{рекл.}i} / K_i;$ - Коэффициент невыполнения договорных обязательств по срокам, ассортименту и качеству: $K_{\text{дог.}} = K_{\text{ср.}} * K_{\text{асс.}} * K_{\text{кач.}}$		2. Стабильность работы предприятия в перспективе	- Коэффициент соотношения сроков погашения кредиторской и дебиторской задолженности: $V_{\text{дз}} = Т * ДЗ_{\text{ср.}} / Q; V_{\text{кз}} = Т * КЗ_{\text{ср.}} / Q;$ $K = V_{\text{кз}} / V_{\text{дз.}}$ - Коэффициент автономии: $K_{\text{авт.}} = СС / Бп;$ - Коэффициент мобильности оборотных активов: $K_{\text{моб.}} = (ДС + КФВ) / Оа.$
	3. Инновации	- Коэффициент инновационности: $K_{\text{инн}} = K_{\text{инф}} * K_{\text{обн}} / K_{\text{сжатия.}}$		3. Имидж предприятия	- Доля просроченной задолженности в общей величине задолженности предприятия; - Место предприятия в рейтингах.
	4. Имидж фирмы	Место предприятия в рейтингах			
К Р Е Д И Т О Р Ы	1. Имидж (репутация) заемщика	Темп роста привлеченных средств за анализируемый период	И Н В Е С Т О Р Ы	1. Характеристики финансового состояния предприятия	- Коэффициент обеспеченности: $K_{\text{обесп.}} = СОС / Оа;$ - Коэффициент текущей ликвидности: $K_{\text{тек.лик.}} = ОА / КО;$ - Коэффициент оборачиваемости имущества: $K_{\text{об.им}} = Q / Ба_{\text{ср.}}$ - Рентабельность продаж: $R_{\text{продаж}} = Ппр. / Q;$ - Рентабельность собственного капитала: $R_{\text{сс}} = Пч / СС_{\text{ср.}}$ - Рейтинговое число R: $R = 2K_{\text{обесп.}} + 0,1K_{\text{тек.лик.}} + 0,08K_{\text{об.им.}} + 0,45R_{\text{продаж}} + R_{\text{сс.}}$
	2. Характеристики финансового состояния предприятия: - уровень платежеспособности; - уровень финансовой независимости; - эффективность основной деятельности предприятия	- Коэффициент критической ликвидности: $K_{\text{крит.лик.}} = (ДС + КФВ + ДЗ + Оа_{\text{пр}}) / КО;$ - коэффициент структуры активов и пассивов: $K_{\text{структ.}} = K_{\text{оа/ва}} / K_{\text{з/с}};$ - Рентабельность продаж: $R_{\text{продаж}} = П_{\text{пр}} / Q.$		2. Эффективность инвестиционной деятельности фирмы	- Фондоотдача основных фондов: $ФО = Q / ОС_{\text{ср.}}$ - Рентабельность инвестиций: $R_{\text{инв.}} = П_{\text{ч}} / (Сс_{\text{ср.}} + ДО_{\text{ср.}}).$

	3. Цели использования кредитных ресурсов: - если привлекается долгосрочный кредит на развитие, расширение производственной базы - если привлекается краткосрочный кредит на покрытие текущих потребностей производственно-коммерческого цикла	- Коэффициент оборачиваемости: $K_{об.им} = Q / Ba_{ср.}$; - Рентабельность финансовых вложений: $R_{фв} = Пч / (ДФВ_{ср.} + КФВ_{ср.})$. - Коэффициент оборачиваемости запасов: $K_{об.Ом} = Q / Ом_{ср.}$; - Длительность цикла: $B = T * Oa_{ср.} / Q$.		3. Рациональность финансирования развития фирмы	Коэффициент устойчивого роста собственного капитала: $T_{ур} = R_{продаж} * K_{тек.лик.} * d_{Oa} * k * K_{ф} * (1-N) * (1 - K_{dv})$; - Коэффициент внутренней платежеспособности: $K_{вн.пл.} = \text{Чистые активы} / \text{Уставный капитал}$; - Коэффициент соотношение заемных и собственных средств: $K_{з/с} = CЗ / СС$.
П Е Р С О Н А Л	1. Уровень оплаты труда	- Коэффициент соотношения заработной платы и прожиточного минимума: $K_{зп реал. / min} = ЗП_{реал.} / ЗП_{min}$	К О Н К У Р Е Н Т Ы	1. Способность к увеличению доли рынка	Среднегодовой темп роста объема продаж за ряд отчетных периодов.
	2. Качественный состав работников	Доля работников с высшим образованием в структуре персонала предприятия.		2. Затратность основных подсистем предприятия	- Коэффициент затратности производственной подсистемы: $K_{затр.произв.} = C_{произв.} / Q$, - Коэффициент затратности сбытовой подсистемы: $K_{затр.прод.} = КР / Q$.
	3. Уровень социального обеспечения работников	Коэффициент социального обеспечения: $K_{соц.} = ДС_{соц.} / ДС_{общ.}$		3. Характеристики персонала	- Производительность труда промышленно-производственного персонала ($W_{ппп}$): $W_{ппп} = Q / Ч_{ппп}$.
	4. Защищенность персонала	- Коэффициент сохранения численности: $K_{сохр.ч.} = Ч_{факт.} / Ч_{баз.}$ - Коэффициент сохранения зарплаты: $K_{сохр.зп.} = ФОТ_{факт.} / ФОТ_{баз.}$		4. Способность сохранять статус платежеспособного предприятия	Коэффициент текущей ликвидности: $K_{тек.лик.} = Oa / КО$.
	5. Характеристики финансового состояния предприятия	- Коэффициент оборачиваемости имущества: $K_{об.им} = Q / Ba_{ср.}$; - Коэффициент автономии: $K_{авт.} = СС / Бп$; - Коэффициент текущей ликвидности: $K_{тек.лик.} = ОА / КО$; - Рентабельность продаж: $R_{продаж} = П_{пр} / Q$.		5. Финансовая устойчивость	Коэффициент структуры активов и пассивов: $K_{структ.} = K_{оа/ва} / K_{з/с}$
			6. Эффективность и устойчивость финансово-хозяйственной деятельности предприятия	- Коэффициент оборачиваемости имущества; - Рентабельность имущества (по чистой прибыли); - Коэффициент автономии; - Коэффициент обеспеченности оборотных активов; - Показатель риска банкротства предприятия: $Z = 0,11K_{обес} + 13,239K_{оа/ва} + 1,676K_{об.им} + 0,515R_{им} + 3,8K_{авт}$	
			7. Интенсивность инновационного развития	Коэффициент инновационного развития: $K_{инн.р.} = \text{затраты на НИОКР} / Q$.	
			8. Способность адаптации к изменяющимся условиям	Темп роста объемов производства и продаж в процентах к уровню прошлого года.	

Апробация разработанной методики анализа конкурентоспособности предприятия с точки зрения различных субъектов была проведена на примере предприятий металлургической и машиностроительной отраслей. В качестве оценивающего покупателя и поставщика выступало ООО «Инсайд-2000», одна из крупнейших металлобаз г. Ярославля, основным видом деятельности которой является обеспечение производственных объектов Ярославской и прилегающих областей черным металлопрокатом. В качестве поставщиков ООО «Инсайд-2000» были рассмотрены заводы по производству металлоизделий. В числе покупателей ООО «Инсайд-2000» крупнейшие предприятия г. Ярославля. В качестве кредитора и инвестора выступают условные организации. Анализ с точки зрения конкурента будет проводиться от лица ОАО «Автодизель». Порядок апробации методики анализа конкурентоспособности предприятия рассмотрен на рисунке 3.

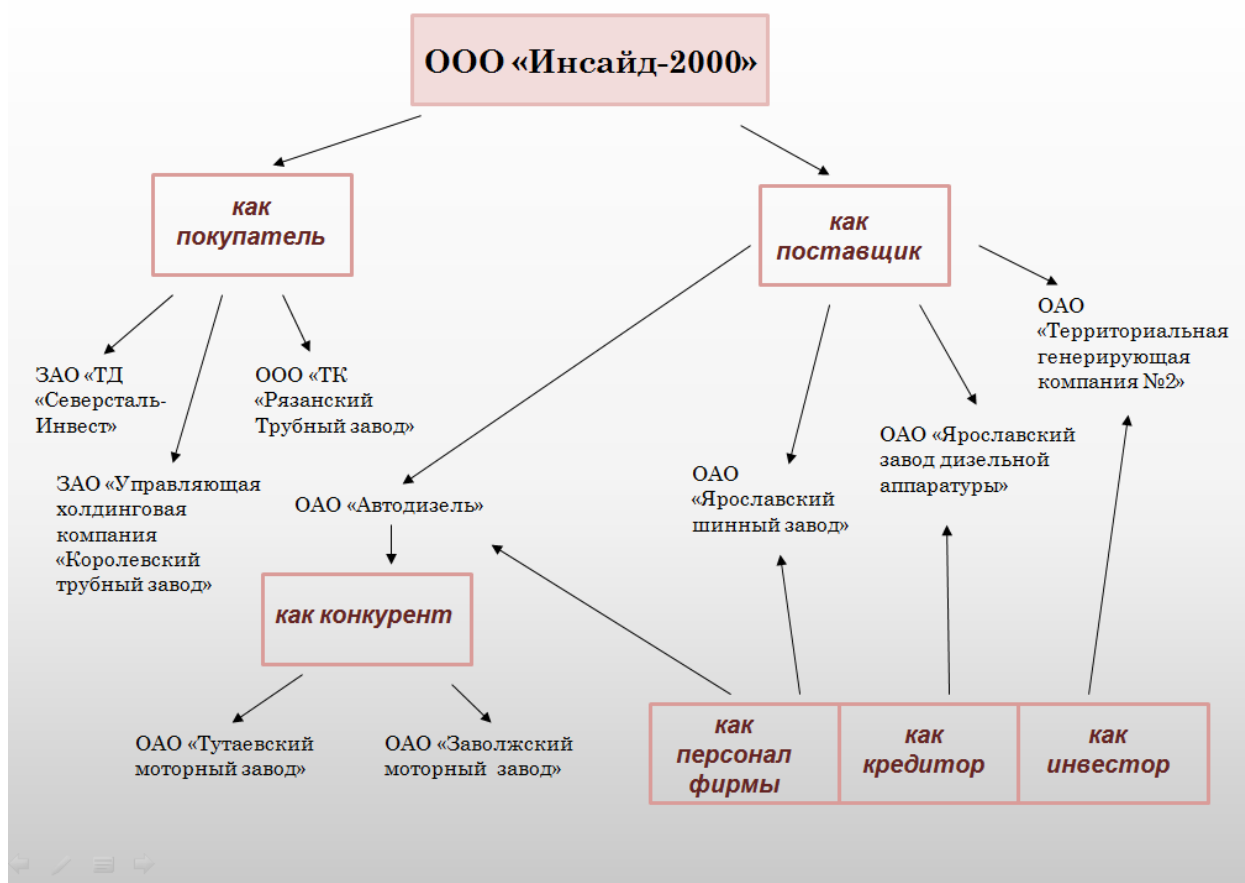


Рисунок 3 - Субъекты и объекты анализа конкурентоспособности фирмы

Результаты оценки конкурентоспособности предприятий с точки зрения различных субъектов в за 2008-2009 гг. представлены в таблице 5.

Итоговая оценка конкурентоспособности фирм с точки зрения субъектов-пользователей в 2008-2009 гг.

<i>Предприятие</i>	<i>Интегральный показатель</i>		<i>Рейтинг</i>	
	<i>2008 г.</i>	<i>2009 г.</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>
<i>Оценка с точки зрения ООО «Инсайд-2000» как покупателя</i>				
ОАО «ТД «Северсталь-Инвест»	0,59	0	1	1
ОАО «УХК «Королевский трубный завод»	1,29	1,96	3	3
ОАО «ТК «Рязанский трубный завод»	1,24	1,63	2	2
<i>Оценка с точки зрения ООО «Инсайд-2000» как поставщика</i>				
ОАО «ЯШЗ»	1,78	1,91	3	4
ОАО «ЯЗДА»	1,19	1,20	1	1
ОАО «Автодизель»	1,84	1,84	4	3
ОАО «ТГК-2»	1,30	1,55	2	2
<i>Оценка с точки зрения кредитора, предоставляющего долгосрочный кредит</i>				
ОАО «ЯШЗ»	16,58	0,94	3	1
ОАО «ЯЗДА»	2,44	10,32	2	4
ОАО «Автодизель»	0,72	3,33	1	3
ОАО «ТГК-2»	20,34	1,81	4	2
<i>Оценка с точки зрения кредитора, предоставляющего краткосрочный кредит</i>				
ОАО «ЯШЗ»	2,45	1,08	4	2
ОАО «ЯЗДА»	1,56	10,17	3	4
ОАО «Автодизель»	0,73	2,79	1	3
ОАО «ТГК-2»	0,80	0,70	2	1
<i>Оценка с точки зрения инвестора</i>				
ОАО «ЯШЗ»	143	18,48	3	1
ОАО «ЯЗДА»	414	781,96	4	4
ОАО «Автодизель»	1,134	201,35	1	3
ОАО «ТГК-2»	63	58,0	2	2
<i>Оценка с точки зрения персонала фирмы</i>				
ОАО «ЯШЗ»	2,392	1,21	4	2
ОАО «ЯЗДА»	1,725	10,2	3	4
ОАО «Автодизель»	1,188	2,57	2	3
ОАО «ТГК-2»	0,773	0,71	1	1
<i>Оценка с точки зрения ОАО «Автодизель» как конкурента</i>				
ОАО «Автодизель»	1,54	1,62	2	2
ОАО «ТМЗ»	1,86	1,79	3	3
ОАО «ЗМЗ»	0,56	0,87	1	1

На основании полученных рейтингов заинтересованные субъекты могут делать выводы об уровне конкурентоспособности оцениваемых предприятий. При этом предприятие, имеющее наименьшее значение интегрального показателя, следует считать наиболее конкурентоспособным, если ему удастся сохранить достигнутый уровень в следующем анализируемом периоде.

Анализируя полученные по результатам расчетов данные, можно отметить, что ОАО «ТД «Северсталь-Инвест» является наиболее конкурентоспособным предприятием при оценке с позиции покупателя ООО «Инсайд-2000», причем уровень его конкурентоспособности в 2009 году повышается. ОАО «ЯЗДА» является наиболее конкурентоспособным при оценке с точки

зрения поставщика: значение интегрального показателя конкурентоспособности остается примерно на том же уровне и является минимальным по сравнению с конкурентами.

В 2008 году наименьшее значение интегрального показателя при оценке с позиции кредитора и инвестора принадлежало ОАО «Автодизель», однако данному предприятию не удалось сохранить достигнутый наивысший уровень конкурентоспособности. В 2009 году оно уступило лидерство ОАО «ЯШЗ» и ОАО «ТГК-2». Поэтому для выявления наиболее конкурентоспособного объекта следует дополнительно проводить анализ за следующие периоды.

ОАО «ТГК-2» выступает как наиболее привлекательное место работы по сравнению с другими оцениваемыми предприятиями, сохраняя и повышая уровень своей конкурентоспособности и в 2009 году при оценке с позиции потенциальных и фактических рабочих кадров. При оценке конкурентов с точки зрения ОАО «Автодизель» лидирующие позиции занимает ОАО «ЗМЗ», которое тоже может считаться наиболее конкурентоспособным, поскольку сохраняет первое место в рейтинге и в 2009 году.

На основании различий в рейтингах оцениваемых предприятий ООО «Инсайд-2000» может корректировать характер хозяйственных отношений с контрагентами. Кроме того, с точки зрения кредитора предприятия оцениваются неоднозначно в зависимости от срока предоставления кредита. Одно и то же предприятие может рассматриваться как наиболее эффективное с позиций одного субъекта, при этом с точки зрения другого оно уже будет не столь успешным. При оценке эффективности вложения средств и предоставления кредита наиболее перспективным является ОАО «Автодизель», при этом лидерство с точки зрения поставщика оно уступает ОАО «ТГК-2».

Наиболее явно прослеживаются различия в результатах применения методики при оценке конкурентоспособности ОАО «ЯШЗ», ОАО «ЯЗДА», ОАО «Автодизель», ОАО «ТГК-2» с точки зрения различных субъектов (поставщика, кредитора, инвестора, работника). При использовании единой методики эти различия по некоторым аспектам деятельности, которые являются приоритетными для одних и менее значимыми для других, заметить было бы практически невозможно.

Таким образом, научная значимость проделанной работы заключается в разработке методики анализа конкурентоспособности предприятий с использованием субъектного подхода, которая принципиально отличается от ранее предложенных и решает ряд принципиальных проблем. Среди достоинств разработанной методики можно указать следующие. Показатели, рассчитываемые в ходе реализации методики, учитывают специфические интересы и цели анализа конкурентоспособности каждого конкретного субъекта оценки. Перечень факторов не содержит количественно неизмеримых факторов.

Причем данный перечень содержит факторы, оценивающие уровень инновационного развития предприятия. Немаловажным преимуществом методики является тот факт, что расчет базируется на общедоступной информации. При всем этом методика удовлетворяет большинству традиционных требований. Она непосредственно позволяет измерять уровень конкурентоспособности предприятия; основывается на применении несложных расчетов, не требующих значительных затрат, с использованием общедоступных данных. Показатели, используемые в расчетах, имеют определенный порядок расчета, критерий оценки и экономический смысл, объединяются в интегральный показатель, а при необходимости могут быть добавлены, исключены, изменены или заменены без изменения сущности показателя. При этом интегральный показатель является исчерпывающим, не зависящим от других объектов и не имеющим аналогов среди других показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Применение методики одинаково по отношению к различным объектам на различных стадиях жизненного цикла и различными субъектами. Методика дает реальный экономический эффект в виде возможности проводить комплексный анализ конкурентоспособности предприятия с целью управлять ее уровнем, моделировать ее состояние и добиваться успехов в конкурентной борьбе.

Среди недостатков методики можно отметить неполное ее соответствие требованию достоверности информационной базы, поскольку для расчетов применяется в том числе информация неофициального характера. Кроме того, не удовлетворяется требование индивидуальности, поскольку оценка конкурентоспособности конкретного предприятия проводится в сопоставлении с объектом-эталонем, характеристики которого зависят от значений показателей по другим оцениваемым объектам. При этом сам процесс создания объекта-эталона предполагает допущение условности: ему присваиваются лучшие значения по всем объектам оценки, то есть он носит характер теоретического идеального объекта, не существующего в действительности. Также следует отметить, что некоторые показатели, представленные в методике, дают лишь косвенную оценку тех факторов, которые учитываются при определении конкурентоспособности.

Практическая значимость разработанной методики заключается в возможности ее внедрения в качестве инструмента оценки контрагентов в ходе финансово-хозяйственной деятельности предприятия для оперативного и объективного принятия управленческих решений по организации отношений с оцениваемыми предприятиями. Кроме того, методика может выступать основой принятия решений кредиторами о предоставлении заемных средств и о величине кредита, а также инвесторами на предварительном этапе определения объекта вложения средств. Она доступна для применения работниками, при оценке фактического или выборе потенциального места работы и конкурентами при разработке своей оптимальной

маркетинговой и конкурентной стратегии исходя из того или иного положения конкурентов. При этом возможности применения методики расширяются посредством базирования на общедоступной информации.

СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ **Статьи в журналах, рекомендуемых ВАК:**

1. Кострова А.А. Конкурентоспособность предприятия: сущность и структура // Труды вольного экономического общества России. 2008. Т. 93, №3. С. 278-283. (0,22 п.л.)

2. Кострова А.А. Анализ конкурентоспособности предприятия с использованием субъектного подхода // Аудитор. 2010. №12. С. 20-28. (0,68 п.л.)

Статьи и тезисы докладов в других изданиях:

1. Кострова А.А., Маматова Л.А. Рациональная организация аналитической деятельности как фактор повышения конкурентоспособности предприятия // Образование и наука в региональном развитии : Материалы научно-практической конференции. Ч.2. - Рыбинск: РГАТА, 2008. С. 68-76. (0,66 п.л., авторское участие 0,33 п.л.)

2. Кострова А.А. Анализ подходов к определению роли интеллектуальных ресурсов при инновационном обеспечении конкурентоспособности предприятий // Инновационное развитие региональной экономики: состояние, проблемы, перспективы : сб. науч. тр. – Ярославль : ЯГТУ, 2008. С. 245-250. (0,41 п.л.)

3. Кострова А.А. Оценка подходов к определению сущности и состава конкурентоспособности предприятия // Новая российская экономика : движущие силы и факторы: Международная научно-практическая конференция молодых ученых и аспирантов - Ярославль : ЯрГУ, 2009. С.72-75. (0,19 п.л.)

4. Кострова А.А. Конкурентоспособность: конкретизация понятия для решения практических задач // материалы VI Международной научной конференции молодых ученых, аспирантов и студентов «Молодежь и экономика» - Ярославль : ВФЭА, 2009. С.157-158. (0,08 п.л.)

5. Кострова А.А. Конкурентоспособность как экономическая категория: проблемы методологии // Проблемы и перспективы развития экономического и управленческого потенциала России в XXI веке: сборник материалов VII Всероссийской научно-практической конференции - Пенза : ПГПУ им. В.Г. Белинского, 2009. С.91-96. (0,28 п.л.)

6. Кострова А.А. Маркетинговая деятельность как инструмент повышения конкурентоспособности предприятий в современных условиях // Молодежь. Образование. Экономика: сборник научных статей 10-й Всероссийской научно-практической конференции

молодых ученых, студентов, аспирантов - Ярославль : Ярославский филиал МЭСИ, 2009. С. 72-75. (0,21 п.л.)

7. Кострова А.А. Повышение конкурентоспособности отечественных предприятий как инструмент развития конкурентных преимуществ России // Актуальные вопросы социально-экономического развития России в XXI веке: аспиранты и студенты в научном поиске: материалы межрегиональной научно-практической конференции - Смоленск : НОУ ВПО «Смоленский гуманитарный университет», 2009. С. 208-214. (0,41 п.л.)

8. Кострова А.А. Детерминирующие факторы конкурентоспособности предприятий и особенности методики ее анализа // Новая российская экономика: движущие силы и факторы: Международная научно-практическая конференция молодых ученых и аспирантов – Ярославль: ЯрГУ, 2010. С.134-137. (0,18 п.л.)

9. Кострова А.А. Интеллектуальная составляющая конкурентоспособности // Конкурентоспособность регионов и субъектов хозяйствования в условиях преодоления кризиса: материалы XIII Всерос. Форума молодых ученых и студентов - Екатеринбург : Ин-т экономики Урал. отд-ния РАН; Урал. гос. экон. ун-т, 2010. С. 52-53. (0,05 п.л.)

10. Кострова А.А. Использование субъектного подхода к оценке конкурентоспособности предприятия // Наука и экономика. 2010. №2 (2). С. 102-103. (0,22 п.л.)

11. Кострова А.А. Проблемы управления конкурентоспособностью предприятий в контексте современных направлений экономического развития страны // Социально-экономическая политика государства и возможности ее реализации в современных условиях : сборник статей II Международной научно-практической конференции - Пенза : Приволжский Дом знаний, 2010. С. 71-73. (0,13 п.л.)

12. Кострова А.А. Практическое применение и перспективы развития методики анализа конкурентоспособности предприятия на основе субъектного подхода // Социально-экономические и правовые аспекты развития общества в современных условиях : Материалы Всероссийской научно-практической конференции - Ижевск : ВятГУ, 2010. С. 151-157. (0,35 п.л.)