

Определение и применение правильной методики оценки конкурентоспособности предприятия является важнейшей составляющей его развития. Кроме того, выбор или разработка новой модели оценивания, соответствующей специфике предприятия, определяет возможность получения объективной измеримой количественной оценки и может находиться в основе формирования программы повышения конкурентоспособности и роста конкурентных преимуществ предприятия его конкурентного потенциала[1]. В конечном итоге - увеличивать рыночную стоимость предприятия. В методическом плане до оценки конкурентоспособности предприятия и последующего ее управления предварительно проводится - анализ состояния конкурентоспособности, на основе которого определяются факторы и критерии конкурентоспособности предприятия и продукции, которые, выраженные количественно, по различным методикам с учетом специфики предприятия, объединяются в интегральную оценку конкурентоспособности. Интегральный показатель конкурентоспособности предприятия [2] состоит из двух взаимозависимых оценок: - конкурентоспособности продукции предприятия; - конкурентного потенциала предприятия. В этом случае математическое выражение интегрального показателя конкурентоспособности предприятия можно представить в виде формулы:
$$K = K_p \cdot K_{по}$$
 где K - интегральный показатель конкурентоспособности предприятия; K_p - показатель конкурентоспособности продукции; $K_{по}$ - показатель конкурентоспособности потенциала организации; Оценка конкурентоспособности продукции - одна из наиболее значимых задач при оценке конкурентоспособности предприятия в целом. Конкурентоспособность предприятия - показатель, который в первую очередь, характеризует рыночную позицию предприятия, а рынок, рассматриваемого предприятия как рынок продукции, формируется и оценивается конечными потребителями, для которых самым важным фактором является продукция: её качество и цена. Таким образом, конкурентоспособность продукции имеет значительную ценность при оценке конкурентоспособности предприятия, так как отражает способность предприятия производить и реализовывать продукцию, которая обладает конкурентными преимуществами по сравнению с продукцией конкурентов. Исходя из этого понимания, оценку конкурентоспособности продукции выполним посредством расчета показателя конкурентоспособности продукции, в основе которого интегрируются оценка качества продукции и его цены. Конкурентный потенциал предприятия представляет собой оценку деятельности предприятия с точки зрения наличия внутренних и внешних конкурентных преимуществ, позволяющих предприятию обеспечивать создание конкурентоспособной продукции, как в настоящее время, так и в долгосрочном плане. Исходя из этого положения оценку конкурентоспособности потенциала предприятия проведем на основе объединения и группировки всех показателей конкурентного преимущества ООО

«Птицеводческий комплекс «Ак Барс», в том числе экономические показатели предприятия в четыре группы единичных показателей конкурентоспособности предприятия: 1. Маркетинговые показатели. 2. Финансовые показатели. 3. Показатели внутренних процессов. 4. Показатели инноваций и развития. При этом для расчета конкурентоспособности предприятия все количественные показатели конкурентного потенциала предприятия, и конкурентоспособности продукции, полученные на основе SWOT-анализа предприятия по 10 - балльной системе оценки, переведем в соответствующие единичные показатели, делением на десять, для получения численного значения каждого единичного показателя конкурентоспособности в долях единиц. На основе вышеприведенной методики расчета интегрального показателя конкурентоспособности предприятия проведена разработка модели оценки конкурентоспособности ООО «Птицеводческий комплекс «Ак Барс». Разработанная модель приведена на рисунке 1. В разработанной модели показатели конкурентоспособности продукции (Кп) и показатель конкурентного потенциала предприятия (Кпо) являются комплексными показателями, зависящими от факторов второго уровня - единичных показателей: цена продукции, качество продукции, маркетинг, финансы, внутренние процессы, развитие предприятия. При этом каждый показатель второго уровня имеет свою ценность при преобразовании в показатель первого уровня, а показатели первого уровня по-разному значимы для показателя нулевого уровня - интегрального показателя конкурентоспособности предприятия. При этом интегральный показатель конкурентоспособности предприятия принимает значения от 0 до 1. Чем ближе значение Кк единице, тем выше конкурентоспособность предприятия. Показатели конкурентоспособности продукции и конкурентного потенциала неравномерно влияют на уровень конкурентоспособности предприятия в целом [3]. Поэтому, для получения более точной интегральной оценки конкурентоспособности ООО «Птицеводческий комплекс «Ак Барс» предлагается проводить их «взвешивание» или количественное определение их приоритетности. Для этого, при определении коэффициентов значимости показателей конкурентоспособности продукции ООО «Птицеводческий комплекс «Ак Барс», и конкурентного потенциала предприятия необходимо учитывать стадию жизненного цикла предприятия на момент его оценки. Стандартный жизненный цикл предприятия имеет следующие стадии: развитие, рост, стабилизация, стагнация, спад [4]. В таблице 2 приведены численные значения коэффициентов значимости показателей конкурентоспособности продукции и конкурентного потенциала предприятия в зависимости от стадии жизненного цикла предприятия. Таблица 1 - Единичные показатели конкурентоспособности предприятия ООО «Птицеводческий комплекс «Ак Барс» Единичные показатели

Численные значения единичных показателей конкурентоспособности предприятия (доли единиц) Численные значения показателей

конкурентоспособности предприятия (10бальная шкала) Цена продукции (Кц) 0,90 9,0 Качество продукции (Кк) 0,80 8,0 Маркетинг (Кпо1) 0,10 1,0 Финансы (Кпо2) 0,80 8,0 Внутренние процессы (Кпо3) 0,80 8,0 Развитие (Кпо4) 0,80 8,0 Рис.

1 - Структура модели оценки конкурентоспособности предприятия ООО

«Птицеводческий комплекс «Ак Барс» Таблица 2 - Численные значения

коэффициентов значимости показателей конкурентоспособности продукции и конкурентного потенциала предприятия Стадия жизненного цикла предприятия Коэффициент значимости показателя конкурентоспособности продукции()

Коэффициент значимости показателя конкурентного потенциала ()

Возникновение 0,1 0,9 Развитие 0,2 0,8 Бурный рост 0,4 0,6 Стабилизация 0,5 0,5

Стагнация 0,6 0,4 Спад 0,75 0,25 Интегральный показатель

конкурентоспособности по разработанной модели конкурентоспособности

предприятия с учетом коэффициентов значимости, определяем по формуле: (2)

где Кп - комплексный показатель конкурентоспособности продукции; Кпо -

комплексный показатель конкурентоспособности потенциала организации; -

коэффициенты значимости (ценности) факторов (). Комплексный показатель конкурентоспособности продукции - (Кп) определяем по формуле: (3) где Кц -

единичный показатель цены продукции, Кк- единичный показатель качества продукции. Комплексный показатель конкурентоспособности потенциала

предприятия - (Кпо) определяем по формуле: (4) где: Кпо1 - единичный

показатель «маркетинг»; Кпо2 - единичный показатель «финансы»; Кпо3 -

единичный показатель «внутренние процессы»; Кпо4 - единичный показатель

«предприятие». Согласно выполненному анализу ООО «Птицеводческий

комплекс «Ак Барс» жизненный цикл предприятия находится на стадии -

«Развитие», в точке перехода в «Бурный рост». Следовательно, при расчете

интегрального показателя конкурентоспособности коэффициенты значимости

показателя конкурентоспособности продукции ООО «Птицеводческий комплекс

«Ак Барс» принимаем= 0,2, значимость показателя конкурентного потенциала

предприятия принимаем = 0,8. Расчет интегрального показателя

конкурентоспособности ООО «Птицеводческий комплекс «Ак Барс» показывает,

что численное значение интегрального показателя конкурентоспособности

исследуемого предприятия равно $K = 0,67$. Рассчитанное численное значение

интегрального показателя конкурентоспособности ближайшего конкурента -

ООО Челны Бройлер» равно $K = 0,77$. Разработанная модель интегральной

оценки конкурентоспособности предприятия позволяет проводить сравнение

конкурентоспособности ООО «Птицеводческий комплекс «Ак Барс» с другими

предприятиями-конкурентами отрасли. При наличии оценок

конкурентоспособности предприятия за ряд интервалов времени предлагаемая

модель оценки конкурентоспособности также позволяет констатировать

характер изменений и, таким образом, управлять конкурентоспособностью

предприятия без измерения уровня конкурентоспособности предприятий-

конкурентов. Выполненная оценка конкурентоспособности предприятия позволяет обоснованно приступить к разработке программы повышения конкурентоспособности ООО «Птицеводческий комплекс «Ак Барс». Цель программы: наращивание конкурентных преимуществ, увеличение доли рынка, улучшение конкурентной позиции на рынке производителей мяса птицы РТ, выход на федеральный и мировой рынок пищевых продуктов. Повышение рыночной стоимости предприятия. Задачи программы: 1. Активизация маркетинговой деятельности и менеджмента предприятия. 2. Повышение качества продукции предприятия (методов оценки, системы контроля, жизненного цикла). 3. Расширение рынка сбыта, и ассортимента за счет уникальных видов продукции. 4. Усиление роли человеческого фактора в системе «производство - менеджмент» 5. Увеличение рыночной стоимости предприятия. Реализация программы по стратегическому, процессному, системному и стоимостному направлениям на уровне направлений деятельности предприятия приведена в таблице 3. Таблица 3 - Программа повышения конкурентоспособности ООО «Птицеводческий комплекс «Ак Барс» Направления Мероприятия Ожидаемые результаты 1. Стратегическое (базируется на использовании универсальных конкурентных стратегий); - стратегия повышения качества продукции - стратегия повышения конкурентоспособности деятельности предприятия - дальнейшая разработка бренда и сайта предприятия - информационная реклама - полное соответствие качества продукции предприятия требованиям потребителей - интерактивный сайт, обеспечивающий обратную связь: предприятие - потребитель - поставщик 2. Процессное (основано на динамичном использовании систем менеджмента качества в процессе работ); - модернизация технологии продвижения продукции, методов оценки, системы контроля качества, ЖЦП; - модернизация отдела маркетинга и менеджмента предприятия - эффективное взаимодействие и сотрудничество со всеми заинтересованными сторонами. - Активация функциональной маркетинговой деятельности предприятия 3. Системное (предусматривает внедрение системы формирования конкурентоспособности на основе самооценки); - модернизация системы стимулирования сотрудников предприятия; - разработка и внедрение процесса самооценки предприятия по моделям конкурентоспособности. - рост и увеличение производительности труда сотрудников предприятия; - процесс самооценки направленный на повышение конкурентоспособности 4. Стоимостное (направлено на увеличение рыночной стоимости предприятия на конкурентном рынке) - проведение мероприятий по защите уникальных конкурентных преимуществ; - увеличение отдачи капитала за счет эффекта масштаба в производстве продукции; - патенты на уникальные виды продукции; - «Программа повышения конкурентоспособности ООО «Птицеводческий комплекс «Ак Барс»; - рост рыночной цены; - увеличение доли рынка. Для реализации программы необходимо предусмотреть следующие

первоочередные мероприятия: 1. Развитие приоритетных направлений деятельности предприятия: птицеводство, переработка мяса птицы. 2. Продвижение новой продукции предприятия. Увеличение объемов по продукции «Халяль». 4. Увеличение производства и расширение ассортимента продукции комбината глубокой переработки мяса птицы. 5. Строительство и оборудование новейшего воздушно камерного охлаждения в убойном цехе. 6. Расширение сети фирменных магазинов на территории РТ и РФ. 7. Интенсивное развитие интеграции всех процессов работы предприятия в холдинге - ОАО «Холдинговая компания «Ак Барс». 8. Разработка стратегии снижения затрат на выращивание птицы и снижения себестоимости продукции предприятия. Введение процесса (инструмента) финансового анализа результатов работы предприятия в практику предприятия. 9. Повышение уровня работ над имиджем предприятия. Применение широкого спектра информационной рекламы. 10. Разработка адаптивной модели самооценки предприятия направленной на повышение конкурентоспособности ООО «Птицеводческий комплекс «Ак Барс». Введение процесса самооценки в практику работ предприятия