

## **АНАЛИЗ И СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Проведение оценки конкурентоспособности предприятий необходимо для:

- принятия обоснованных управленческих решений;
- разработки мероприятий повышения конкурентоспособности и стратегий развития;
- выбора контрагентов для совместной деятельности;
- осуществления инвестиционной деятельности;
- планирования выхода на новые рынки сбыта;
- составления программ и стратегий развития.

На сегодняшний день существует множество методов оценки конкурентоспособности предприятий, что обусловлено разными взглядами авторов на сущность понятия конкурентоспособности предприятия и отраслевой спецификой объектов оценки.

Все существующие методы оценки конкурентоспособности предприятий можно классифицировать в рамках трех основных подходов: факторного, стоимостного и графического.

Факторный подход включает три группы методов оценки конкурентоспособности предприятий:

- методы, определяющие конкурентоспособность предприятия величиной показателей конкурентоспособности конкретных товаров (продуктовые методы);
- методы, определяющие конкурентоспособность предприятия его конкурентным потенциалом, рыночная позиция его товаров не учитывается (операционные методы);
- комплексные методы, определяющие конкурентоспособность на основе анализа показателей текущей конкурентоспособности предприятия и его конкурентного потенциала.

Авторы, применяющие стоимостной подход считают, что показатель рыночной стоимости предприятия является основным индикатором его развития, и предлагают в качестве показателя конкурентоспособности использовать стоимость бизнеса, как характеристику эффективности хозяйственной деятельности и управления, финансовой устойчивости, и перспектив роста.

Графический подход включает две группы методов: матричные методы и метод радара конкурентоспособности.