

М. Н. Абдуллаева,
кандидат экономических наук,
Ташкентский институт инженеров транспорта,
Республика Узбекистан

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ С УЧЕТОМ ИХ ОТРАСЛЕВОЙ СПЕЦИФИКИ В УЗБЕКИСТАНЕ

В результате рыночной трансформации экономики в Узбекистане возникли новые условия хозяйствования экономических субъектов, характеризующиеся определяющим влиянием конкуренции на результаты производства. Чем выше конкурентоспособность промышленных предприятий, тем выше конкурентоспособность промышленности страны, эффективность всей деятельности и благосостояние населения. Следовательно, проблема обеспечения и повышения конкурентоспособности предприятий в условиях усиления конкуренции является одной из самых важных в современной экономике.

Обеспечение требуемого уровня конкурентоспособности предприятия может быть осуществлено только при эффективном управлении. При этом управление конкурентоспособностью предприятия следует понимать как целенаправленный процесс скоординированных воздействий на объекты управления для установления, обеспечения и поддержания необходимого на рынке уровня конкурентоспособности предприятия.

Сегодня становится очевидной необходимость строгого научного анализа проблем взаимосвязей конкурентоспособности экономики в условиях рыночной трансформации с совокупностью объективных и субъективных факторов, определяющих конкурентные преимущества национальной экономики, и практических аспектов повышения конкурентоспособности экономики Узбекистана¹.

В связи с этим оценка конкурентоспособности предприятия стала особенно актуальной как с точки зрения решения проблем стратегического развития отдельно взятого экономического агента, так и с точки зрения решения вопроса о конкурентоспособности национальной экономики в целом.

Конкурентоспособность предприятия означает способность осуществлять прибыльную хозяйственную деятельность в условиях конкурентного рынка, которая обеспечивается умелым использованием организационно-управленческих, научно-технических, экономических, производственных, маркетинговых, финансовых и иных средств ведения эффективной хозяйственной деятельности.

По мнению некоторых ученых-экономистов повышение конкурентоспособности предприятия достигается путем ориентации предприятия на потребителя, улучшения качества продукции, внедрения инновационной политики, более качественного использования ресурсов, в том числе человеческих, улучшения условий работы и ряда других факторов².

В условиях рынка все субъекты рыночных отношений заинтересованы в оценке конкурентоспособности и надежности своих партнеров. Оценка конкурентоспособности включает следующие этапы³:

- анализ рынка и выбор наиболее конкурентоспособного товара;
- определение сравнительных параметров образцов товара;
- расчет интегрального показателя конкурентоспособности оцениваемого товара.

Как известно рейтинг является оценкой анализируемого объекта по шкале показателей, а также индикатором деловой активности, который адекватно отражает конъюнктурную ситуацию и позволяет сделать точный прогноз ее изменения. Наряду с этим рейтинг представляет мнение экспертов, а также оценку предприятия на основе количественного и качественного анализа.

Применение методики рейтинговой оценки позволит в наиболее обобщенном виде представить деятельность предприятий на рынке, определить

¹ Кадыров А.М., Алимова Н.Р. Инновационное развитие и его взаимосвязь с повышением конкурентоспособности национальной экономики/ Материалы науч.-прак. конф. «Вопросы развития национальной экономики: российский и зарубежный опыт». Пермь, 2010. С. 216-225.

² Шаисламова М.Р., Ибрагимова С.А. Повышение конкурентоспособности предприятия в условиях глобализации // Материалы науч.-метод. семинара «Развитие сферы информационно-коммуникационных технологий в республике Узбекистан в условиях модернизации национальной экономики». Т., 2013. С. 175-176.

³ Насырходжаева Д.С. Формирование конкурентной стратегии промышленных предприятий на отраслевых рынках. Т.: ФАН, 2010. С.66.

наиболее эффективные способы инвестирования капитала и тем самым повысить эффективность производства.

Методика рейтинговой оценки организаций носит системно-комплексный характер и основана на различных аналитических подходах к их ранжированию. Она имеет универсальный характер, но в то же время может учитывать отраслевые особенности исследуемых предприятий. Данная методика может быть произведена как по каждому из указанных методов в отдельности, так и с использованием всех методов одновременно.

Метод создания рейтинга с помощью ряда показателей относительно прост и основан на ранжировании предприятий в соответствии со значениями отобранных для анализа ключевых показателей. Этот метод можно применить на основе четырех показателей – выручка, чистая прибыль, капитализация, совокупный доход инвестора. Однако следует отметить, что отобранные показатели не полностью характеризуют финансовое состояние предприятия, а такие показатели, как капитализация и совокупный доход инвестора, являются в большей мере показателями для рейтинговой оценки ценных бумаг на основе фондовых индексов. Более обоснованным является системный комплексный подход к оценке финансового состояния, позволяющий дать всестороннюю оценку деятельности организации. В связи с этим попытаемся дать общую характеристику известным методам.

1. *Метод кластерного анализа.* Метод кластерного анализа в экономике позволяет разбить по определенным критериям изучаемую совокупность предприятий на группы, называемые кластерами. Способы кластеризации (иерархической группировки) могут быть: агломеративными (объединительными), дивизивными.

2. *Матричный метод анализа.* Этот метод используется для обобщающей оценки эффективности деятельности предприятия. В основе матричного метода лежит концепция представления производственного процесса как вход - выход в виде матричной модели. Матричный метод ориентирован, прежде всего, на оценку финансового результата (прибыли) и является достаточно универсальным инструментом для оперативного проведения в компьютерном режиме укрупненных расчетов по оценке эффективности деятельности предприятий и его структурных подразделений.

3. *Метод балльных оценок.* Данный метод относительно прост и основан на мнении ведущих специалистов-экспертов. Рейтинг устанавливается по системе показателей как сумме баллов.

4. *Метод сравнительной рейтинговой оценки.* В основе методики сравнительной рейтинговой

оценки финансового состояния предприятия лежит теория и практика финансового анализа в условиях рыночных отношений.

По мнению некоторых ученых-экономистов¹ методика сравнительной рейтинговой оценки финансового состояния предприятия может быть представлена в виде такой последовательности, где исходные данные представляются в виде матрицы или таблицы. По каждому показателю находится максимальное значение и заносится в столбец условного эталонного предприятия. Исходные матрицы предприятия стандартизируются в отношении соответствующего показателя эталонного предприятия. Затем предприятия ранжируются в порядке убывания рейтинговой оценки.

По нашему мнению, особенностью системы показателей является то, что почти все они имеют одинаковую направленность. Это означает, что чем выше уровень показателя или чем выше темп его роста, тем лучше финансовое состояние оцениваемого предприятия. Данная методика комплексной оценки финансового состояния имеет следующие достоинства:

1) она базируется на комплексном многомерном подходе к оценке такого сложного явления, как финансовая деятельность предприятия;

2) рейтинговая оценка финансовой деятельности предприятия осуществляется на основе данных публичной отчетности предприятия. Для ее получения используются важнейшие показатели финансовой деятельности, применяемые на практике в рыночной экономике;

3) рейтинговая оценка является сравнительной, она учитывает реальные достижения всех конкурентов;

4) для получения рейтинговой оценки используется гибкий вычислительный алгоритм, реализующий возможности математической модели сравнительной комплексной оценки производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Таким образом, данная методика делает количественно измеримой оценку надежности делового партнера по результатам его текущей и предшествующей деятельности.

5. *Метод рейтингового финансового анализа.* Финансовое состояние предприятия является важнейшей характеристикой его деятельности. Оно определяется размещением и использованием средств и источников их формирования. Критериями оценки служат финансовые коэффициенты. Эти коэффициенты группируются по следующим основным направлениям: оценке ликвидности; финансовой устойчивости; деловой активности; рентабельности.

¹ Постушков А. В. Модифицированная схема стратегической безубыточности // Экономический анализ. Теория и практика. М.: ООО «ИД Финансы и кредит», 2009. №32. С. 2-5.

Итоговая рейтинговая оценка деятельности промышленных предприятий может быть произведена как по каждому из указанных методов в отдельности, так и с использованием всех методов одновременно. Интегральная оценка деятельности предприятий промышленности выступает одним из ключевых элементов роста стоимости бизнеса и увеличения стратегического потенциала в рамках стратегического подхода к оценке рыночной стоимости имущественного комплекса организации.

По мнению А.Л. Денисовой, Т.М. Уляхина¹, ключевым этапом в процессе управления качеством позиционирования промышленного предприятия является методика оценки качества позиционирования промышленного предприятия. Основой которой также служит оценка интегрального показателя качества позиционирования, формируемой на базе системы следующих трех параметров.

В первую группу входят показатели, характеризующие эффективность управления производственным процессом, экономичность производственных затрат, рациональность эксплуатации основных фондов, совершенство технологии производства товара, организацию труда на предприятии.

Во вторую группу объединены показатели, отражающие эффективность управления оборотными средствами: независимость предприятия от внешних источников финансирования, способность предприятия расплачиваться по своим долгам, возможность стабильного развития предприятия в будущем.

В третью группу включены показатели, позволяющие получить представление об эффективности управления сбытом и продвижением товара на рынке средствами рекламы и стимулирования.

Таким образом, предложенная А.Л. Денисовой, Т.М. Уляхиным методика оценки качества позиционирования промышленного предприятия, основанная на анализе динамики интегрального показателя, включает:

- определение интервалов времени, через которые осуществляется мониторинг состояния предприятия по выделенным показателям;
- расчет единичных показателей качества позиционирования предприятия и перевод показателей в относительные величины на основе сравнения полученных показателей с зафиксированными значениями;
- расчет критериев качества позиционирования организации;
- расчет интегрального показателя качества позиционирования промышленного предприятия.

Интегральный показатель качества позиционирования промышленного предприятия ($K_{кп}$) определяется по формуле:

$$K_{кп} = \sum_{i=1}^n W_i K_i,$$

где K_i – критерии качества позиционирования предприятия общим числом n ; w_i – весомость соответствующих критериев.

Весомость каждого критерия и показателя в структуре соответствующего ему критерия определяется на основе экспертных оценок. Таким образом, интегральный показатель качества позиционирования предприятия принял следующий вид:

$$K_{кп} = 0,22K_3 + 0,43K_ф + 0,35K_с,$$

где $K_{кп}$ – коэффициент качества позиционирования организации; K_3 – значение критерия эффективности производственной деятельности организации; $K_ф$ – значение критерия финансового положения организации; $K_с$ – значение критерия эффективности организации сбыта и продвижения товара на рынке; 0,15; 0,29; 0,23; 0,33 – коэффициенты весомости критериев.

Расчет критериев K_3 , $K_ф$ и $K_с$ на основе системы показателей, определенных экспертами в качестве базовых при оценке качества позиционирования промышленного предприятия, производится по формулам:

$$K_3 = 0,31\Pi_u + 0,19\Pi_ф + 0,40\Pi_p + 0,10\Pi_m,$$

где K_3 – критерий эффективности производственной деятельности организации; Π_u – относительный показатель издержек производства на единицу продукции; $\Pi_ф$ – относительный показатель фондоотдачи; Π_p – относительный показатель рентабельности товара; Π_m – относительный показатель производительности труда; 0,31; 0,19; 0,40; 0,10 – коэффициенты весомости показателей;

$$K_ф = 0,29\Pi_{ка} + 0,20\Pi_{кп} + 0,36\Pi_{кл} + 0,15\Pi_{ко},$$

где $K_ф$ – критерий финансового положения организации; $\Pi_{ка}$ – относительный показатель автономии организации; $\Pi_{кп}$ – относительный показатель платежеспособности организации; $\Pi_{кл}$ – относительный показатель ликвидности организации; $\Pi_{ко}$ – относительный показатель оборачиваемости оборотных средств; 0,29; 0,20; 0,36; 0,15 – коэффициенты весомости показателей;

$$K_с = 0,37\Pi_{кр} + 0,28\Pi_{кз} + 0,21\Pi_{км} + 0,14\Pi_{кс}.$$

где $K_с$ – критерий эффективности организации сбыта и продвижения; $\Pi_{кр}$ – относительный показатель рентабельности продаж; $\Pi_{кз}$ – относительный показатель затоваренности готовой продукцией; $\Pi_{км}$ – относительный показатель загрузки производственных мощностей; $\Pi_{кс}$ – относительный показате-

¹ Денисова А.Л., Уляхин Т.М. Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия: аспекты качества / под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. А.Л. Денисовой. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. 120 с.

тель эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта; 0,36; 0,29; 0,21; 0,14 – коэффициенты весомости показателей.

Таким образом, система критериев, положенная в основу методики расчета интегрального показателя, наиболее адекватно отражает оценку качества позиционирования промышленного предприятия в условиях конкурентной среды и позволяет эффективно решать задачи достижения и удержания конкурентного преимущества предприятия в условиях высокой динамики деловой среды.

Литература

1. **Кадыров А.М.** Инновационное развитие и его взаимосвязь с повышением конкурентоспособности национальной экономики / А.М. Кадыров, Н.Р. Алимова // Материалы науч.-практ. конф. «Вопросы развития национальной экономики: российский и зарубежный опыт». – Пермь, 2010. – С.216-225.
2. **Шаисламова М.Р.** Повышение конкурентоспособности предприятия в условиях глобализации / М.Р. Шаисламова, С.А. Ибрагимов // Материалы науч.– методического семинара на тему «Развитие сферы информационно-коммуникационных технологий в республике Узбекистан в условиях модернизации национальной экономики». – Т., 2013. – С.175-176.
3. **Насырходжаева Д.С.** Формирование конкурентной стратегии промышленных предприятий на отраслевых рынках / Д.С. Насырходжаева. – Т.: ФАН, 2010. – С.66.
4. **Постюшков А. В.** Модифицированная схема стратегической безубыточности / А. В. Постюшков // Экономический анализ. Теория и практика. – М.: ООО «ИД Финансы и кредит», 2009. – №32. – С. 2-5.
5. **Денисова А.Л.** Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия: аспекты качества / А.Л. Денисова, Т.М. Уляхин; под науч. ред. А.Л. Денисовой. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 120 с.

Абдуллаева М. Н. Методичні основи оцінки конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів з урахуванням їх галузевої специфіки в Узбекистані

У статті розглядаються головні завдання підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств, основні аспекти оцінки конкурентоспроможності підприємства, а також аналізуються деякі методики рейтингової оцінки конкурентоспроможності з урахуванням галузевих особливостей досліджуваних промислових підприємств.

Ключові слова: конкурентоспроможність промислових підприємств, інноваційна політика, конкурентне середовище, інтегральний показник конкурентоспроможності, Республіка Узбекистан.

Абдуллаева М. Н. Методические основы оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов с учетом их отраслевой специфики в Узбекистане

В статье рассматриваются главные задачи повышения конкурентоспособности промышленных предприятий, основные аспекты оценки конкурентоспособности предприятия, а также анализируются некоторые методики рейтинговой оценки конкурентоспособности с учетом отраслевых особенностей исследуемых промышленных предприятий.

Ключевые слова: конкурентоспособность промышленных предприятий, инновационная политика, конкурентная среда, интегральный показатель конкурентоспособности, Республика Узбекистан.

Abdullaeva M. Methodical bases of assessment of competitiveness of accounting entities taking into account their industry specifics in Uzbekistan

In article the main tasks of increase in competitiveness of industrial enterprises, the main aspects of assessment of business competitiveness are considered, and also some techniques of rating assessment of competitiveness taking into account industry features of the researched industrial enterprises are analyzed.

Keywords: competitiveness of industrial enterprises, innovative policy, competitive environment, integrated indicator of competitiveness, Republic of Uzbekistan.

Стаття надійшла до редакції 06.01.2017
Прийнято до друку 22.03.2017