

ЭКОНОМИКА ЖӘНЕ КӘСІПКЕРЛІК
ECONOMICS AND ENTREPRENEURSHIP
ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО



МРНТИ 06.71.03

Ж.Х. Абдолла

*Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан
(E-mail: jazi2307@mail.ru)*

Кәсіпорындардың бәсекеқабілеттілігін анықтаудың заманауи әдістерін талдау

Аннотация. Шаруашылық жүргізудің нарықтық шарттары кәсіпорынның бәсекеқабілеттілігіне үнемі бағалау жүргізу және оның көрсеткіштерін анықтайтын талдау қажеттігіне негізделеді. Бәсекеқабілеттілікті бағалау әдістері әртүрлі және зерттеу мақсатына, қажетті бастапқы ақпаратты және зерттеу субъектілерін алу мүмкіндігіне байланысты. Мақалада кәсіпорындардың бәсекеқабілеттілігін бағалаудың әдістері, оның артықшылықтары мен кемшіліктері көрсетілген. Мақалада, сондай-ақ, кәсіпорынның бәсекеқабілеттілігі бірінші кезекте оның нарықтағы өмір сүру циклын ұзартуға, сонымен қатар өндірілген өнімдері мен көрсетілетін қызметтері және орындалатын жұмыстарының нарықтық сұранысты қанағаттандыру дәрежесін айқындайтын фактор болып саналатындығы айтылған.

Түйін сөздер: бәсекеқабілеттілік, өнеркәсіптік кәсіпорындар, әдістер

DOI:<https://doi.org/10.32523/2079-620X-2019-1-8-14>

Бәсеке және бәсекеқабілеттіліктің мәнін теориялық зерттеуден басқа оның маңызды мәселесі практикалық бағалау болып табылады. Бүгінде бәсекеқабілеттілікті бағалаудың әртүрлі әдістері әзірленді. Алайда, экономистер тарапынан кәсіпорындардың бәсекеқабілеттілігін бағалаудың әмбебап және жалпыға бірдей көзқарас қалыптасқан жоқ.

Сонымен қатар, кәсіпорынның бәсекеқабілеттілігін бағалау қажеттілігі туындайды. Өйткені, нарықтық экономикада бәсекелестік жағдайды бағалау кез-келген шаруашылық субъектісі қызметінің ажырамас элементі болып табылады. Кәсіпорынға саладағы бәсекелестерді және бәсекенің жағдайларын зерттеуде, ең алдымен бәсекелестерінің артықшылықтары мен кемшіліктерін айқындауға, өзінің табысты бәсекелестік стратегиясын әзірлеуге және бәсекелестік артықшылықты сақтауға қатысты ұстанымдарды жасауды талап етеді.

Кәсіпорынның бәсекеқабілеттілігін бағалау мәселесіне арналған ғылыми еңбектердің ішінде М.Портер, И.Ассоф, А. Томпсон, А. Стрикланд және Ф.Котлер сияқты шетелдік ғалымдардың үлесі жоғары. Олар кәсіпорындардың бәсекеқабілеттілігін бағалаудың теориялық және әдістемелік аспектілерін қалыптастырды [1].

Дегенмен, авторлардың басым көпшілігі кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін тұтастай алғанда оның салалық үлестірілуін ескермей қарастырған. Сонымен қатар, экономиканың әр секторында бағалау кезінде ескеру қажет ерекшеліктер бар. Мәселен, автокөлік тасымалдаушы компаниялардың бәсекеқабілеттілігін бағалау мәселесі жүйелі түрде зерттелмеген, осы саладағы кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың әмбебап әдісі жоқ [1].

Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін бағалау әдістерінің көптеген жіктелімі бар: теориялық мазмұнға сәйкес көрсеткіштердің математикалық байланысы түрінде және басқа да бірқатар көрсеткіштер бойынша бағалау нәтижелерін көрсету нысанына сәйкес. Кәсіпорындардың бәсекеқабілеттілігін бағалау әдістерінің мазмұнын (классикалық) жіктеуді қарайтын болсақ:

- өнімнің (өнімнің) бәсекеқабілеттілігін бағалауға негізделген әдістер;
- матрицалық әдістер;
- тиімді бәсекелестік теориясына негізделген әдістер (жедел);
- күрделі әдістер.

Өнімнің бәсекеге қабілеттілігін бағалауға негізделген өнімділік әдісі, өнеркәсіптік кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың алғашқы әдісі болып табылады.

Әдістердің осы тобы кәсіпорынның өнімдерінің бәсекеқабілеттілігі артқан сайыноның бәсекеқабілеттілігі неғұрлым жоғары екендігі туралы шешімге негізделген. Өз кезегінде, өнімнің бәсекеге қабілеттілігін бағалау үшін әртүрлі маркетингтік және сапалы әдістер пайдаланылуы мүмкін, олардың көпшілігі баға-сапа қатынасын табуға негізделген. Осы көзқарас шеңберінде өнімнің бәсекеқабілеттілігі мен кәсіпорынның жетістігі арасындағы байланыстар соншалықты мықты болып, бұл санаттар іс жүзінде анықталған.

Кәсіпорынның бәсекеқабілеттілігін бағалаудың өндірістік әдістерін А. Юданованың, Н.Яшиннің, М.Портердің, Т.Познякова, А.Печенкининаның, В.Фоминның жұмыстарында сипатталған. Авторлар өнімнің бәсекеқабілеттілігін бәсекеқабілеттілік жүйесінде негізгі тұжырымдама ретінде қарастырса, ал басқа да аспектілерді оның туындылары ретінде қарастырады [2].

Өнеркәсіптік кәсіпорынның оның әдіснамасында бәсекеқабілеттілігінің индексі өнімнің әрбір түрі үшін бәсекеге қабілеттілік көрсеткішінің орташа өлшенген мәндері бойынша есептеледі, ол өз кезегінде экономикалық және параметрлік көрсеткіштерді пайдалана отырып анықталады:

$$K = \sum a_i \cdot \frac{\Pi}{\Xi} = \sum a_i \cdot \left(\sum b_i \cdot \frac{g_a}{g_\varepsilon} / \frac{z_a}{z_\varepsilon} \right), \quad (1)$$

мұндағы К - зерттелген өнеркәсіптік кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі;

a_i - жалпы сатылымдағы і-ші типті өнімнің үлесі;

Π - параметрлік индекс;

Ξ – экономикалық индекс;

b_i - і-ші параметрдің салмақ коэффициенті;

g_a - бағаланған параметрдің нақты мәні;

g_ε – болжамды параметрдің анықтамалық мәні;

z_a - талданатын өнімнің жалпы тұтыну шығыны;

z_ε - анықтамалық шығындар.

Өз кезегінде, көрсетілген индекстер өлшемдік коэффициенттерді есепке ала отырып, әр өлшенетін параметр бойынша жеке индекстерді жиынтықтау жолымен анықталады. Сәйкес параметр бойынша жеке индекстердің әрқайсысы бәсекелес өнімнен (немесе салыстыруға алынған басқа өнімнен) өлшенетін параметрдің нақты мағынасының сәйкес көрсеткіш мағынасына қатынасы ретінде қабылданады. Мұндағы параметрлікиндекс өнімнің техникалық (сапалық), экономикалық-құндық параметрлерінің бағасының негізінде анықталады. Құндық және техникалық параметрлердің тізімі, сонымен қатар әр параметрдің салмағы сараптамалық жолмен бекітіледі. Жекелей алғанда құндық параметрлердің бірі ретінде әдістер қатарында өнімді сатқаннан кейінгі қызмет бойынша шығындар өлшемі қарастырылады.

Өнімдік әдістердің артықшылығы бағалаудың қарапайымдылығы, сонымен қатар оның кәсіпорынның бәсекеқабілеттілігінің аса маңызды құрауыштарының бірі – өнімнің бәсекеқабілеттілігін есепке алатындығы болып табылады.

Берілген әдістің кемшіліктеріне олардың кәсіпорын жұмысында артықшылықтар мен кемшіліктер туралы шектеулі ғана ақпарат алуға мүмкіндік беретіндігін жатқызылады, себебі тек өнімнің бәсекеге қабілеттілігі ғана есепке алынады және кәсіпорын қызметінің басқа аспектілері қарастырылмайды. Одан бөлек, «баға-сапа» арақатынасын бағалауда өнімді нарықта жайғастыру кезінде айтарлықтай маңызы бар өнімнің инновациялық дәрежесі есепке алынбайды.

Тауар-ақша қатынасының дамуы кәсіпорын қызметінің экономикалық жағдайларында күрделі айырмашылықтарға, тауарлар мен қызметтердің дифференциациясына, олардың диверсификациясының артуына әкеліп соғады. Нарықтың нақты географиялық шекараларын анықтау, бәсекелес тауарлардың тізімін бекіту қиындап бара жатыр, бұл кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін бағалауда мұндай ұксас әдістемелерді қолдануды төмендетеді.

Бәсекеқабілеттілікті бағалаудың матрицалық әдістері динамикадағы бәсеке процесін қарастыру базасында бірыңғай матрицаны құруға, зерттелетін кәсіпорын орнын анықтауға және маркетингтік стратегияны таңдауға негізделеді. Әдістеменің негізі кәсіпорын өнімінің өмірлік циклын есепке ала отырып, бәсекеқабілеттілікті талдау болып табылады. Бәсекеқабілетті кәсіпорындар дегеніміз жылдам өсетін нарықта айтарлықтай үлесі бар кәсіпорындар саналады.

Жоғарыда көрсетілген әдістер М. Портердің, И. Ансоффтың, Ж.-Ж Ламбеннің, А. Томпсонның және А. Стрикландтың жұмыстарында, Бостон консалтингтік топтың, McKinsey, Shell, Arthur D. Little және басқа да көптеген компаниялардың әзірлемелерінде қарастырылған[2].

Өнімнің бәсекеге қабілеттілігін анықтауда біршама танымал әдіс **Бостон консалтингтік топтың матрицасы** (Boston Consulting Group, әрі қарай — БКТ) «нарық үлесі – сатылым өсуінің қарқыны» болып табылады.

Әдістеме екі тұжырымдамаға негізделген: тәжірибе қисығы (тәжірибеге сүйене отырып, нарықта үлкен үлесі бар кәсіпорын өз шығындарын азайтады), сонымен қатар тауардың өмірлік циклы (сәйкесінше болашағы бар нарықтың өспелі сегменттеріне ие болады).

Көрсетілген тұжырымдамаларға сәйкес кәсіпорын өнімі нарықтардың қатыстық үлесі (координаттардың бір осі бойынша) және сәйкес нарықтардың өсу қарқыны (басқа осі бойынша) тұрғысынан дифференцияланады. Мұндағы нарықтың қатыстық үлесі – бұл берілген кәсіпорын үлесінің сәйкес саладағы нарықтағы ірі бәсекелес үлесіне қатынасы. Нарықта ауқымды үлеске ие болу шығындардың минималды деңгейіне (бәсекелестерге қатысты) және пайданың максималды деңгейіне қол жеткізуі тиіс.

Нарықтың өсу қарқыны ортасалалық (ортанарықтық) шамаларға қатысты бағаланады: жалпы экономикаға қарағанда өсу қарқыны жоғары шаруашылық бірліктер «жылдам өсу» ұяшықтарына, ал баяу өсетін салаларда - «баяу өсу» ұяшықтарына түсуі тиіс [3].

Осылайша, кәсіпорынның нарықта сататын барлық тауарлары (қызметтері) төрт типке бөлінеді:

«Жұлдыздар» - жылдам дамиды және нарықта алар үлесі ауқымды. Жылдам өсу үшін айтарлықтай инвестицияны талап етеді. Уақыт өте келе өсуі баяулайды, және олар «Сауынды сиырларға» айналады.

«Сауынды сиырлар» («Ақшалы қапшықтар») — өсу қарқыны төмен және нарықта алар үлесі ауқымды. Үлкен капитал салымдарын талап етпейді, компания өз шоттарын төлеу үшін және өз қызметін басқа бағыттарда қолдау үшін қолданатын жоғары табыс әкеледі.

«Қараңғы жылқылар» («Жабайы мысықтар», «Қиын балалар», «Сұрақ белгілер») - нарық үлесінің төмендігі, бірақ жоғары өсу қарқыны болып табылады. Олар нарықтың үлесін сақтап қалу үшін үлкен қаражатты және оның көбеюін қажет етеді. Ірі күрделі салымдар мен тәуекелдерге байланысты компания басшылығы «қараңғы жылқылардың» «жұлдыздарға» айналатындығын және олардың қайсысын жойғысы келетінін талдауға тура келеді.

«Иттер» («Ақсақ үйректер», «Өлі салмақ») - нарықтың төмен үлесі, төмен өсу қарқыны. Олар өздерін қамтамасыз ету үшін жеткілікті табыс әкеледі, бірақ олар басқа жобаларды қаржыландыру үшін жеткілікті көздер болмайды. Бұл жерде «иттерден» құтылу керек.

Берілген әдістің артықшылығы іске асыру көлемі туралы нақты ақпарат болған кезде әдіс бағалаудың жоғары репрезентативтілігін қамтамасыз етуге мүмкіндік беретіндігі болып табылады.

Әдістің кемшілігіне болып жатқан себептерге талдау жүргізудің мүмкін еместігін жатқызуға болады, бұл басқару шешімдерін өңдеуді күрделендіреді.

Бүгінгі күні әр түрлі дәрежеде жоғарыда қарастырылған әдістердің дамуы болып табылатын стратегиялық менеджменттің көптеген барлық мүмкін матрицалары бар.

Жалпы алғанда өнеркәсіптік кәсіпорындардың бәсекеқабілеттілігін бағалаудағы матрицалық әдістер есептеуде қарапайым және кәсіпорынның қазіргі жағдайы, оның тауары және бәсекелестері туралы нақты түсінік береді. Бәсекелестер нарығының қатыстық үлесі және іске асыру көлемі туралы ақпарат болған кезде әдіс бағалаудың жоғары адекваттылығын қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Дегенмен, есептеулерді қарапайымдандыру зерттеуді анық емес қылады. Әдістердің қарастырылып отырған тобы салада бәсекелік жағдайды анықтайтын факторлардың шағын тобына және компанияның бәсекелік артықшылықтарына негізделеді. Анықталған кемшіліктердің нәтижесі матрицалық әдістерді қолдану ағымдағы нарықтағы жағдайдың себептерін талдаудышектеуі және шешім қабылдау процесін күрделендіретіндігі болып табылады.

Стратегиялық жоспарлау аясындағы бәсеке теориясының және матрицалық әдістердің әрі қарайғы дамуы компанияның әр бөлімшесінің қызметін ұйымдастыру тиімділігіне негізделген өнеркәсіптік кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін бағалауда операциялық әдістердің пайда болуына әкелді. Әдістердің берілген тобы «тиімді бәсеке теориясына негізделген бәсекеге қабілеттілікті зерттеудің функционалдық амалы» атауымен белгілі [2].

Осы теорияға сай неғұрлым бәсекеге қабілетті кәсіпорындар барлық бөлімшелер мен қызметтер жұмысы үздік ұйымдастырылған кәсіпорындар болып табылады. Әр бөлімше қызметінің тиімділігіне көптеген факторлар – фирма ресурстары әсер етеді. Әр бөлімше жұмысының тиімділігін бағалау олар қолданған осы ресурстар тиімділігін бағалауды бағамдайды.

Кешенді (біріктірілген) амал өнеркәсіптік компанияның және оның бәсекелік әлеуетінің ағымдағы бәсекеқабілеттілігіндегі шамалардың бірігуі болып табылады. Берілген әдістер аясында кәсіпорынның бәсекеқабілеттілігін бағалау кәсіпорынның тек ағымдағы ғана емес, сонымен қатар әлеуеттік бәсекеқабілеттілігінің негізінде жүргізіледі. Кешенді амал Д.Мухина, И.Максимова, И.Чепурныйдың және басқа да авторлардың жұмыстарында кеңінен қарастырылған [4].

Кәсіпорынның бәсекеқабілеттілігінің интегралды көрсеткішінің аясындағы ағымдағы және әлеуеттік бәсекеге қабілеттілік және олардың арақатынастары әдіске байланысты өзгере алады. Сонымен, ағымдағы (шынайы) бәсекеге қабілеттілік кәсіпорын өнімінің бәсекеге қабілеттілігін бағалау негізінде, әлеуеттік бәсекеқабілеттілік тиімді бәсеке теориясына негізделген әдістермен ұқсастырыла отырып анықталады.

Берілген әдіс аясында бағалау үшін көрсеткіштерді анықтау түрлі бағалық кестелер мен матрицаларға негізделе отырып, сараптамалық жолмен жүзеге асырылады.

Тәсілдің артықшылығына оның кәсіпорынның тек бәсекеге қабілеттілігінің қол жеткізген деңгейін ғана емес, сонымен қатар оның болашақтағы мүмкін динамикасын есепке алатындығын жатқызуға болады.

Кешенді амал бұған дейін қарастырылған әдістердің кемшіліктерін қайталайды. Сонымен қатар, берілген амал бәсекеге қабілеттіліктің бірыңғай көрсеткіштерін қатыстық шамаларға аудару процесінде субъективтілігімен ерекшеленеді [2].

Қазіргі жағдайларда тұтастай бизнес құнын объективті анықтауды қамтамасыз ететін амалдар ерекше маңызға ие болып отыр. Осыған байланысты бизнес құнын анықтауға негізделген бәсекеге қабілеттілікті бағалау бойынша тәсілді мақсатты түрде қарастыру ұсынылады. Бұл коммерциялық ұйымдардың назарында бизнес құнын өсіру, меншікелерінің (акционерлердің) әл-ауқатын өсіру мәселелерімен байланысты қарастырылады.

Бизнестің құны нарықтағы компанияның ішкі және сыртқы ортасындағы барлық негізгі көрсеткіштерді біріктіре отырып, компания дамуының интегралды индикаторы ретінде қызмет етеді. Сәйкесінше, әр түрлі шаруашылық субъектілердің құнының динамикасын салыстыру әр түрлі кәсіпорындар қызметінің нәтижелері мен перспективаларын салыстыруға мүмкіндік береді, демек – олардың бәсекеге қабілеттіліктерін бағалауға да мүмкіндік береді [2].

Зерттелетін өнеркәсіптік кәсіпорын қызметі туралы барлық ақпаратты есепке алатын, бизнес құнын бағалаудың әртүрлі әдістері әзірленді:

табыстық;

ақша ағымын дисконттау әдісі (ААД);

капитализациялау әдісі;

Миллер-Модильяни әдісі;

экономикалық қосылған құн әдісі;

қосылған нарықтық құн әдісі.

Жоғарыда қарастырылған кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін анықтауда қолданылатын ғылыми әдістердің негізінде, келесідей қорытынды жасауға болады: өнеркәсіптік кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың тәсілдері сол сәттегі экономикалық жағдайға және автордың зерттеу саласында назарда болған зерттеу пәніне байланысты дамиды. Қазіргі кезде кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың әмбебап әдістемесі жоқ. Бұл әр тәсілдің кемшілігі бар екендігімен шартталған. Негізінен олар бағалаудың субъективтілігі мен шарттылығына, талдау үшін факторлар тізімін құрудың күрделілігіне, үздіксіз болатын диверсификациялардың кесірінен бәсекелес кәсіпорындармен салыстырудың мүмкін еместігіне, нарық шекараларын анықтаудың қиындығына байланысты болады. Бәсекеқабілеттілік әдісін таңдау кәсіпорынның алдына қойып отырған мақсаттар мен міндеттеріне, сонымен қатар объектілердің бәсекеге қабілеттілігіне бағалау жүргізуге бөле алатын бюджетке байланысты болуы тиіс. Оларға төменде келтірілген әдістерді жатқызуға болады.

Салыстырмалық:

- бұрынғы келісімдер әдісі;
- капитал нарығының әдісі;
- салалық коэффициенттер әдісі.

Шығындық:

- таза активтер әдісі;
- ликвидациялық құн әдісі.

Опциондық:

- қарапайым акциялар мен қарыздардан опцион эквивалентін құру әдісі;
- тәуекелге бейтарап қарау әдісі;
- Блэн-Шольц әдісі;
- Биноминалдық әдіс.

Бұл тәсілдер компанияның бәсекеге қабілеттілігін бағалау мәселесінде жеткілікті дәрежеде анық және расталған болып саналады. Дегенмен, оның да кемшіліктері бар. Бағалау тәуелсіз сарапшылармен жүргізіледі және бұл процедураның құны қымбат немесе талданып отырған кәсіпорынның бағалы қағаздарының қор нарығында айналымы бар болғандығы талап етіледі. Сондықтан берілген амал шектеулі қолданысқа ие [4].

Баяндалғанның негізінде, өнеркәсіптік кәсіпорынның бәсекеқабілеттілігін бағалау тәсілдері тиісті экономикалық кезеңнің, сондай-ақ автордың зерттеу саласының басты назарында болған зерттеу мәніне байланысты дамыды. Қазіргі уақытта кәсіпорынның бәсекеқабілеттілігін бағалаудың әмбебап әдістемесі жоқ. Бұл әрбір қолданыстағы тәсілдердің бірқатар кемшіліктеріне ие болуына байланысты. Негізінен олар бағалаудың субъективтілігі мен шарттылығына, талдау үшін факторлардың толық тізбесін жасау күрделілігіне, оларды тұрақты әртараптандыруға, қандай да бір нарықтың шекараларын анық анықтауға байланысты бәсекелес кәсіпорындармен салыстыру мүмкін еместігіне негізделеді. Бәсекеқабілеттілікті бағалаудың қандай да бір әдісін таңдау кәсіпорынның алдына қоятын мақсаттары мен міндеттеріне, сондай-ақ ол бәсекеқабілеттілікті бағалауды жүргізуге бөле алатын бюджетке байланысты болуы тиіс.

Сонымен, кез-келген кәсіпорынның бәсекеқабілеттілік деңгейін анықтауда ғылыми негізделген әдістерді пайдалану, зерттеу нәтижесінің шынайлығын қамтамасыз етіп, нақты бағалау көрсеткіштеріне қол жеткізуге мүмкіндік береді. Кәсіпорынның бәсекеқабілеттілігі бірінші кезекте оның нарықтағы өмір сүру циклын ұзартуға, сонымен қатар өндірілген өнімдері мен көрсетілетін қызметтері және орындалатын жұмыстарының нарықтық сұранысты қанағаттандыру дәрежесін айқындайтын фактор болып саналады.

Әдебиеттер тізімі

1. Лазаренко А.А. Методы оценки конкурентоспособности // Молодой ученый. -2014. -№ 1. - С. 374-377.
2. Белостокова В.Ю. Анализ методов оценки конкурентоспособности компании на промышленном рынке // Управление экономическими системами. -2015. -№7. -URL: <http://uecs.ru/uecs-79-792015/item/3636-2015-07-14-11-33-50> (Дата обращения: 26.02.2016).
3. Волков Д. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий. Библиотека управления. 2013. — URL: <http://www.cfin.ru/management/strategy/competit/analysis2.shtml> (Дата доступа: 18.02.2016).
4. Головачев, А.С. Конкурентоспособность организации: учеб.пособие. -Минск: Высш. шк., 2012. 319 с.

Ж.Х. Абдолла

*Евразийский национальный университет имени Л.Н.Гумилева,
Астана, Казахстан*

Анализ современных методов определения конкурентоспособности предприятий

Аннотация: Рыночные условия хозяйствования обуславливают необходимость регулярного проведения оценки конкурентоспособности предприятия и анализа определяющих ее показателей. Методы оценки конкурентоспособности разнообразны и зависят от цели исследования, возможности получения необходимой исходной информации и субъектов исследования. В статье изложены методы оценки конкурентоспособности предприятий, их преимущества и недостатки. В статье также отмечается, что конкурентоспособность предприятия является, в первую очередь, фактором, определяющим его долговечность на рынке и определяющим уровень удовлетворенности предоставляемыми продуктами и услугами, а также эффективность работы рынка.

Ключевые слова: конкурентоспособность, промышленные предприятия, методы.

Zh.Kh. Abdolla

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan

Analysis of modern methods for determining the competitiveness of enterprises

Abstract. Market conditions of management necessitate regular assessment of the competitiveness of the enterprise and analysis of its defining indicators. Methods of assessing competitiveness are diverse and depend on the purpose of the study, the possibility of obtaining the necessary initial information and research subjects. The article describes the methods for assessing the competitiveness of enterprises, their advantages and disadvantages. The article also notes that the competitiveness of an enterprise is, first and foremost, a factor determining its longevity in the market and determining the level of satisfaction with the products and services provided, as well as the efficiency of the market.

Keywords: competitiveness, industrial enterprises, methods

References

1. Lazarenko A. A. metody ocenki konkurentosposobnosti [Methods for assessing competitiveness], *Molodoj uchenyj* [Young scientist], (1), 374-377(2014).
2. Belostokova V.Yu. Analiz metodov ocenki konkurentosposobnosti kompanii na promyshlennom rynke [Analysis of methods for assessing the competitiveness of the company in the industrial market], *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami* [Economic Systems Management]. 2015. №7. Available at: <http://uecs.ru/uecs-79-792015/item/3636-2015-07-14-11-33-50> (Accessed: 26.02.2016).
3. Volkov D. Ocenka i analiz konkurentosposobnosti predpriyatij [Assessment and analysis of the competitiveness of enterprises], *biblioteka upravleniya* [Library management], 2013. Available at: <http://www.cfin.ru/management/strategy/competit/analysis2.shtml> (Accessed: 18.02.2016).
4. Golovachev A.S. Konkurentosposobnost' organizacii: ucheb. Posobie [Competitiveness of the organization: study guide] (Vyssh. shk., Minsk, 2012, 319 p.).

Автор туралы мәлімет:

Абдолла Ж.Х. – «Экономика» мамандығы бойынша 2-курс магистранты, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қ.Сәтбаев көш. 2, Астана, Қазақстан.

Abdolla Zh.Kh. – Second-year Master degree Student of the specialty «Economics», L.N. Gumilyov Eurasian National University, Satpayev str. 2, Astana, Kazakhstan.