МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ С УЧЕТОМ ФАКТОРА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ

Ширипнимбуева Марина Баировна

канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВО «Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления», РФ, г. Улан-Удэ

Цыбенова Гэсэгма Баторовна

магистрант, ФГБОУ ВО «Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления», РФ, г. Улан-Удэ

MODEL OF EVALUATION OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS TAKING INTO ACCOUNT THE COMPETITIVENESS OF THE COMPANY

Marina Shiripnimbueva

Cand. econ. sciences, associate professor, FSBEI of HE "East Siberian State University of Technology and Management", Russia, Ulan-Ude

Gesegma Tsybenova

Undergraduate, FSBEI of HE "East Siberian State University of Technology and Management", Russia, Ulan-Ude

Аннотация. Данная статья посвящена вопросу разработки модели оценки инвестиционной привлекательности с учетом фактора конкурентоспособности компании с учетом зарубежного и отечественного опыта ученых экономистов в данной области. Статья предлагает анализ моделей оценки конкурентоспособности предприятия и дальнейшего формирования на этой основе модели оценки инвестиционной привлекательности компании.

Abstract. This article is devoted to the development of a model for assessing investment attractiveness, considering the competitiveness of the company, considering the foreign and domestic experience of economists in this field. The article offers an analysis of models for assessing the competitiveness of the enterprise and the further formation on this basis of a model for assessing the investment attractiveness of the company.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность; конкурентоспособность; экономические факторы; модель инвестиционной привлекательности.

Keywords: investment attractiveness; competitiveness; economic factors; model of investment attractiveness.

Целью данной работы является обоснование методологических аспектов оценки конкурентоспособности предприятия и разработка предложений на основе практической апробации применения модели оценки с использованием интегрального показателя. В данной статье объектом исследования является конкурентоспособность как фактор инвестиционной привлекательности предприятия. Предметом исследования являются методологические аспекты оценки конкурентоспособности предприятия. Для достижения поставленной цели поставлены следующие исследовательские задачи:

1) выявление основных проблем и резервов повышения инвестиционной привлекательности хозяйствующих субъектов в России;

2) Определение специфики анализа конкурентоспособности хозяйствующих субъектов в зависимости от критериев оценки;

3) разработка рекомендаций по повышению качества анализа конкурентоспособности предприятия.

Конкурентоспособность фирмы на рынке в настоящее время выступает главным фактором определения инвестиционной привлекательности фирмы в рыночных условиях. Возможности компании на рынке, ее высокая рыночная доля и сильные позиции на рынке являются главным положительным фактором для потенциальных инвесторов, которые стремятся в первую очередь обезопасить свои инвестиции, вложив их в компанию так, чтобы доля риска была минимальной. Вполне естественно, что компании, которые проигрывают рыночную конкуренцию и имеют уменьшающуюся со временем долю на рынке становятся непривлекательными для инвесторов.

Сегодня в России уже появилось много передовых предпринимателей, но в то же время уровень экономических показателей совокупности фирм, корпораций и других бизнес-структур значительно ниже, чем достигнутый в предпринимательской практике развитых стран. В среднем производительность труда и общая эффективность в лучших российских корпорациях в 5-6 раз и более ниже, чем в аналогичных западных [1].

Значительное повышение инвестиционной привлекательности для многих регионов России требует значительных инвестиций и длительного времени на реализацию инвестиционных проектов. Резервы улучшения инвестиционного климата в России связаны с необходимостью разработки научно обоснованной инвестиционной политики на различных уровнях управления, которая позволит:

- повышение качества продукции и конкурентоспособности отечественных предприятий;

- обеспечение роста производительности труда и эффективности производства;

- достижение национальной безопасности государства.

Перечисленные выше факторы приобретают особую актуальность в современных условиях политической и экономической нестабильности в мире.

Проблема конкурентоспособности отраслей и национальных экономик получила развитие в работах американского ученого М. Портера, который на основе категории “конкурентоспособность” изучал проблемы конкуренции и конкурентных преимуществ в мировой экономике, исследовал новые тенденции в международных экономических отношениях, анализировал межотраслевые экономические отношения.

В своих исследованиях М. Портер использовал данные конкретных секторов экономики различных стран мира. При этом теоретические постулаты его исследований были подкреплены эмпирическим материалом многих реальных примеров мировой практики [2].

Изучению конкурентоспособности в рамках инновационно-инвестиционного развития уделяется значительное внимание в работах таких авторов, как Ю.В. Яковец, А. Н.Фоломиев, Е. А. Гейгер, А. И. Пригожин, Б. А. Лундваль, П. Ф. Друкер, Б. Санто, В. Шарп, Г. Александер,

Дж. Бейли, Р. А. Фатхуттинов.

Анализ исследований в данной области показал, что конкурентоспособность хозяйствующего субъекта характеризуется стабильностью его положения на рынке и определяется показателями, определяющими детерминанты конкурентных преимуществ.

В свою очередь, основные показатели конкурентоспособности хозяйствующих субъектов определяются в зависимости от уровня управления и объектов исследования. В частности, конкурентоспособность предприятия — это интегральная числовая характеристика, с помощью которой достигаются конечные результаты деятельности предприятия и качество выпускаемой им продукции и др. оценивается.

Для анализа конкурентоспособности хозяйствующих субъектов используются модели, основанные на различных критериях и показателях, как показано в таблице 1.

Таблица 1.

Модели оценки конкурентоспособности предприятия

№	Критерий оценки	Содержание
1	Себестоимость продукции	Анализ конкурентоспособности хозяйствующего субъекта проводится с точки зрения преимуществ на основе критерия себестоимости продукции.
2.	Объем выпуска и реализации продукции	Анализ конкурентоспособности с позиций теории равновесия основан на утверждении, что если производитель достиг максимального объема выпуска и реализации продукции при постоянном уровне спроса, то он получает максимальный объем прибыли и соответственно обладает конкурентным преимуществом.
3.	Монополизация промышленности	Проведен анализ уровня монополизации отрасли (трудности преодоления барьеров на пути развития производства в данной отрасли). Чем выше степень концентрации капитала и производства в отрасли, тем выше уровень конкурентоспособности хозяйствующих субъектов в отрасли. Соответственно, конкурентоспособность предприятий этой отрасли имеет уровень, значительно превышающий степень конкурентоспособности новых предприятий (структурный подход).
4.	Соотношение затрат и цен (рентабельность производства)	Чем выше рентабельность отрасли, тем выше уровень конкуренции и тем ниже уровень конкурентоспособности предприятий с низкой рентабельностью (функциональный подход).
5.	Удовлетворенность клиентов конкретным продуктом	Анализ конкурентоспособности анализируемого продукта с аналогичными значениями других конкурирующих продуктов проводится в следующей последовательности: 1) устанавливаются рынки, на которых может присутствовать продукт; 2) определяются параметры продукта, обеспечивающие максимальную рентабельность его продаж; 3) анализируется сбытовая деятельность клиента в сравнении с показателями конкурентов.
6.	Использование матрицы БКГ	Расчет обобщающего показателя уровня конкурентоспособности предприятия.

На наш взгляд, использование матричных моделей оценки конкурентоспособности дает более достоверные результаты, так как при анализе конкурентоспособности, как правило, сравниваются различные показатели предприятий - конкурентов, которые присутствуют или могут присутствовать на рынках.

В связи с этим Целью настоящего исследования является рассмотрение методологических и практических аспектов оценки конкурентоспособности предприятия на основе расчета обобщающего показателя уровня конкурентоспособности.

Расчет обобщающего показателя K_n уровня конкурентоспособности хозяйствующего субъекта может быть осуществлен с использованием следующей модели:

$$K_n = \sum_{i=1}^{n} a_i b_{ij} K_{ij}, \quad (1)$$

доля единиц, где i-индекс продукта;

n определяется ли количество выпускаемой предприятием продукции для производства K_n;

a_i - удельный вес i-го продукта в общем объеме продаж за анализируемый период времени, доля единиц (анализируемый период должен быть последним периодом времени в зависимости от диапазона продаж):

$$a_i = \frac{V_i}{\sum_{i=1}^{n} V_i} \quad (2)$$

где: V_i объем продаж i^{th} произведение за анализируемый период времени в единицах измерения стоимости;

b_{ij} является показателем важности i^{th} рынок, где i^{th} товары представлены;

K_{ij} является показателем конкурентоспособности для однопараметрических объектов

Величина b_{ij} определяется в зависимости от рынка, на котором продается товар (Таблица 2).

Таблица 2.

Значения bij индикатора важности I-го рынка, в зависимости от его типа

Тип рынка	Значение bij
Промышленно развитые страны (США, Западная Европа, Япония, Канада)	1
Другие страны	0.7
Внутренний рынок	0.5
Различные рынки	ai...

Для оценки конкурентоспособности значения Кп анализируемого предприятия сравниваются с показателями других предприятий, представленных на рынке, или с показателем КП, соответствующим приоритетному конкуренту. Большую конкурентоспособность будет иметь предприятие, стоимость которого Кп выше. В идеале, значение Кп должно быть 1.

Используя приведенный выше метод и исходные данные, представленные в таблице 3, рассчитаем и проанализируем конкурентоспособность предприятия.

Таблица 3.

Исходные данные для расчета конкурентоспособности предприятия

Индикаторы	Товары и услуги компании			
	A	B	C	D
рынок, на котором присутствует продукт	В развитых странах	В других странах	Внутренний рынок	
показатель значимости рынка	1	0.7	0.5	0.5
уровень конкурентоспособности товаров на конкретном рынке, (Kij `)	0.95	1.05	1.1	0.97
продажи товаров на этом рынке, млн долларов	60	210	730	80
удельный вес товаров в общем объеме продаж	0.056	0.194	0.676	0.074

Примечание: каждый из продуктов представлен только на одном рынке.

$K_n = 0.056 \cdot 1 \cdot 0.95 + 0.194 \cdot 0.7 \cdot 1.05 + 0.676 \cdot 0.5 \cdot 1.1 + 0.074 \cdot 0.5 \cdot 0.97 = 0.603.$ (3)

Сравнивая значения Кп анализируемого предприятия с 1, можно сделать вывод, что его индекс конкурентоспособности (1 - 0,603) меньше самого высокого значения показателя предприятия мирового класса на 0,397, а значит, добиться конкурентного преимущества на рынке развитых стран достаточно сложно.Таким образом, на основании проведенных расчетов можно сделать вывод, что для повышения конкурентоспособности предприятия целесообразно:

1) увеличить объемы производства товаров B и C на внешнем и внутреннем рынках;

2) повысить конкурентоспособность товара в целях увеличения объемов реализации товара на рынке промышленно развитых стран, при одновременном увеличении доли этого товара в структуре продаж предприятия;

3) повысить конкурентоспособность товаров D с целью увеличения объемов продаж и получения большей привлекательности среди потребителей, что позволит им увеличить объемы продаж;

4) снять с производства убыточные товары, что позволит улучшить качество и другие показатели остальных товаров. Для повышения качества анализа конкурентоспособности предприятия необходима определенная информация по показателям конкурентов, которую мы предлагаем классифицировать на отдельные группы, представленные в таблице 4.

Таблица 4.

Исходная информация для оценки конкурентоспособности предприятия

Индикаторы	Значения показателей для предприятий конкурентов			Показатели анализируемой организации	
	К1	К2	К3	реальные	прогноз
1. Полезный эффект товара (интегральный показатель качества), в единицах полезного эффекта					
2. Общие затраты на жизненный цикл единицы товара					
3. Качество информационного обеспечения и связи					
4. Удельный вес данного товара в продажах организации					
5. Показатели значимости рынка, на котором представлен продукт					
6. Параметры товарных рынков					
7. Цена товара, а также стоимость товара					

Таким образом, анализ конкурентоспособности предприятия с использованием предложенных групп показателей позволит наиболее эффективно управлять количественно оцененными факторами конкурентных преимуществ (показателями), используемыми при расчете обобщенного показателя конкурентоспособности объекта, на который могут оказывать влияние факторы внутренней среды производственного предприятия.

В свою очередь, результаты анализа конкурентоспособности предприятий являются не только актуальной задачей для конкретного хозяйствующего субъекта, инвесторов и кредиторов, но и используются для формулирования экономической политики на уровне регионов и государства в целом.

Таким образом, в современной экономике можно уверенно утверждать, что конкурентоспособность становится решающим фактором в формировании модели оценки и определении инвестиционной привлекательности компании. Рост конкурентоспособности небольших компаний достаточно трудно отследить с точки зрения глобальных инвестиций. Тем не менее вопросы исследования рынка в данной области становятся объектом деятельности крупнейших рейтинговых агентств, целью которых является определение не только лидеров рынка, но и наиболее стремительно растущих компаний, которые будут иметь наивысшую инвестиционную привлекательность для потенциальных инвесторов.

Исследования в области конкурентоспособности компаний на рынке остается как объектом исследований современных ученых-экономистов, так и бизнес сообщества, так как на рынке инвестиций наиболее ценной является информация о деятельности участников рынка и экономических агентах. Именно наличие информации определяет количество рыночных сделок на инвестиционном рынке. Позитивная информация о фактическом изменении или даже планируемых изменений в фирме способна подстегнуть инвесторов к вложению крупных инвестиций, в то же время наличие негативной информации способно создать обратную ситуацию оттока инвестиций. Сегодня можно говорить о том, что уровень конкурентоспособности фирм во многом формирует конкурентоспособность отрасли региона, а затем уже всей страны и макрорегиона в целом. Так, предприятия отдельных регионов в сравнении на страновом или международном рынке имеет более низкие показатели конкурентоспособности и в этой связи в значительной степени формируют инвестиционную архитектуру регионального и макрорегионального инвестиционного рынка.

Список литературы:

1. Матвеева Т. В. и др. Повышение конкурентоспособности промышленных предприятий на основе развития инновационной деятельности: учебное пособие. – 2018.

2. Овчинникова Ю. И., Рознина Н. В., Карпова М. В. Оценка конкурентоспособности с помощью показателей инвестиционной привлекательности //Островские чтения. – 2018. – №. 1. – С. 93-93.