

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ФИРМЫ ПО ПОКАЗАТЕЛЯМ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО И ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

В.И. ТОРКАТЮК, А.В. БАРАНОВСКИЙ, Д.В. СОКОЛОВ,
О.В. ПАРАМОНОВА, Н.В. ДРИЛЬ, В.А. КУЛИК, А.Л. ШУТЕНКО,
О.Ю. МЕЛЬНИК, Ю.Ю. БУТНИК

*Харьковский национальный университет городского хозяйства
имени А.Н. Бекетова*

Ndril@mail.ru

С.В. БУТНИК

Харьковский национальный университет строительства и архитектуры

Оценка эффективности управления региональным развитием во многом осуществляется на основании оценки конкурентности фирм региона по показателям научно-исследовательского и производственного потенциала.

Для сравнительного анализа результатов научно-исследовательской активности фирмы и конкурентов все чаще используется *метод лучших показателей*.

Основной мотив применения метода состоит в повышении конкурентоспособности продукции в плане ее потребительских свойств, цены и качества изготовления. Поскольку метод обычно ориентируется на показатели других фирм или даже подразделений собственного предприятия. В основе его использования лежит модель организации, постоянно готовой к обучению.

Метод лучших показателей в научно-исследовательской работе (НИР) опирается на ряд количественных и качественных параметров и взаимосвязей между ними типа «затраты-выпуск» (табл.1) анализ которых необходим для обоснования конкурентных преимуществ фирмы.

Таблица 1 – Качественные и количественные параметры, обрабатываемые методом лучших показателей

Параметры затрат	Параметры полезного выхода
<p><i>Качественные:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – технологические возможности; предприятия – ключевые компетенции; – состав научно-исследовательских групп, возможности ротации и т.п. <p><i>Количественные:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – объем (количественные оценки) технологических ресурсов; – размер научно-исследовательских групп и т.п. 	<p><i>Качественные:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – потребительская ценность продукции (услуг) <p><i>Количественные:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – количество новых видов продукции, поставленных на рынок; – частота внедрения новой или улучшенной продукции и т.п.

Основными этапами и содержанием исследований являются:

1) планирование исследования: выбор необходимого аспекта НИР для изучения; выбор предприятия-эталона в рамках применяемого метода; выбор процедуры и стратегии получения информации;

2) собственно анализ (исследование): установление отличий (и в какой степени) политики конкурентов в области НИР от политики фирмы; выяснение возможностей использования результатов конкурентов в своей НИР и каким образом;

3) адаптация результатов исследования к фирменной ситуации: определение того, согласуются ли данные анализа с технологическими

возможностями фирмы; какие действия необходимо предпринять по результатам исследования;

4) оперативные действия: обоснование результатов, которые могут быть достигнуты с помощью того или иного мероприятия, возможных действий конкурентов;

5) контроль и обеспечение непрерывного процесса обучения: выяснение, добилась ли фирма намеченных результатов; используется ли метод наилучших показателей в качестве неотъемлемой части внутрифирменного менеджмента.

Однако эффективность данного метода зависит от полноты информации о конкурентах фирмы. Информацию можно получать даже от самих конкурентов либо предприятий схожих отраслей, если они готовы к подобного рода информационным обменам, не придерживаются принципа соблюдения секретности и не возражают против использования информации третьей стороной.

В ходе сопоставления с конкурентами используются в основном три группы критериев:

1. Критерии затрат:

– число научных работников и разработчиков, выполняющих творческие задачи, а также вспомогательные функции;

– величина затрат на НИР, в основном на разработку проектов и внедрение результатов;

– объем «ноу-хау», приобретенного от третьей стороны в рамках договоров, кооперации или с помощью лицензий.

2. Критерии полезного выхода:

– количество новых товаров, внедренных на рынок;

– осуществленные усовершенствования продукции;

– мероприятия, направленные на производство полного ассортимента продукции;

- количество патентов в распределении по выданным заявкам и реализованным патентам.

3. Критерии на базе сопоставления затрат и полезного выхода:

- для новой продукции в обороте фирмы (или ее объем в сравнении с затратами на НИР или числом научных сотрудников);

- количество выданных патентов, приходящееся на одного сотрудника, занятого творческой работой;

- затраты на НИР в сопоставлении с оборотом фирмы (прибылью, поступлением наличности и т.п.);

- средняя продолжительность разработок (в человеко-годах) одного научно-исследовательского проекта;

- издержки НИР, продолжительность разработок или число научных работников, приходящихся на один научно-исследовательский проект в расчете на год.

Источниками необходимой информации могут быть также:

- опросы клиентов и пользователей продукцией фирмы и ее конкурентов, которым предлагается оценить продукцию фирмы по сравнению с продукцией конкурентов – по ключевым характеристикам, полноте ассортимента, степени инновационности и т.п.;

- опросы поставщиков аналогичного содержания;

- внутренние источники информации.

Использование метода лучших показателей позволит фирме четко осознать свою реальную конкурентоспособность и возможности ее повышения.

Оценка конкурентоспособности фирмы по показателям основной деятельности выполняется индивидуально для каждой фирмы с учетом ее деятельности и возможностей сбора данных по фирмам-конкурентам.

Обосновывая преимущества фирмы в производственной деятельности, например, обращают внимание на производственную

программу (планируемые объемы производства) и производственную базу фирмы.

Наиболее часто сопоставляются:

- местонахождение фирмы и ее основных конкурентов;
- размеры предприятий;
- характер производственных зданий и сооружений; их технологическое назначение и пригодность для выполнения производственной программы; остаточная стоимость; являются ли производственные здания собственностью фирмы или арендуются ею; перспективы строительства дополнительных производственных помещений и другое;
- технико-экономические характеристики основного оборудования; планы приобретения производственного оборудования (покупок, лизинга и т.п.) на будущее; надежность основных поставщиков оборудования;
- характер оборудования для непромышленных подразделений фирмы;
- характеристики используемого сырья и материалов (количество, качество, технологические особенности); оценки потенциальных поставщиков сырья и их надежности, содержание контрактов с ними; затраты на закупки;
- организация управления запасами сырья;
- организация хранения готовой продукции;
- организация транспортировки сырья и готовой продукции; характеристики транспортного парка фирмы;
- степень экологической безопасности производства;
- степень технической безопасности производства;
- средние издержки производства и себестоимость производимого продукта;

– экономически целесообразные объемы производства с учетом эффекта масштаба и другие показатели.

Таким образом, для повышения эффективности управления регионом необходимо постоянно совершенствовать различные направления оценки конкурентоспособности региональных фирм по показателям научно-исследовательского и производственного потенциалов. Данный механизм включает в себя формирование рациональных процессов развития территории, оценку имеющегося потенциала развития региона и повышения показателей экономического и социального уровня региона.