

УДК 339.137.2

## АНАЛИЗ И СИСТЕМАТИЗАЦИЯ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

<sup>1</sup>Тиханов Е.А., <sup>1</sup>Криворотов В.В., <sup>2</sup>Чепур П.В.

<sup>1</sup>Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина,  
Екатеринбург, e-mail: tjohn90@mail.ru, v\_krivorotov@mail.ru;

<sup>2</sup>Тюменский индустриальный университет, Тюмень, e-mail: chepur@me.com

Оценка конкурентоспособности является объективной потребностью каждого хозяйствующего субъекта, стремящегося к сохранению или улучшению собственных конкурентных позиций и принятию обоснованных управленческих решений. Авторами предлагается классифицировать все многообразие методов оценки конкурентоспособности предприятия в рамках трех основных подходов: графического, факторного и стоимостного. В целях выявления преимуществ и недостатков каждого из обозначенных авторами статьи подходов произведен анализ содержательной составляющей основных методов, используемых в исследовании. Сделан вывод об отсутствии универсального инструмента оценки конкурентоспособности предприятия, что обусловлено, с одной стороны, ограниченностью и низкой достоверностью оценки, получаемой в результате использования матричных и продуктовых методов, с другой стороны, сложностью и дороговизной осуществления оценки с использованием существующих многофакторных моделей.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность предприятия, оценка конкурентоспособности, подходы, методы, показатели

## ANALYSIS AND SYSTEMATISATION OF ENTERPRISES COMPETITIVENESS EVALUATION METHODS

<sup>1</sup>Tikhonov E.A., <sup>1</sup>Krivorotov V.V., <sup>2</sup>Chepur P.V.

<sup>1</sup>Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, Ekaterinburg,  
e-mail: tjohn90@mail.ru, v\_krivorotov@mail.ru;

<sup>2</sup>Industrial University of Tyumen, Tyumen, e-mail: chepur@me.com

Estimation of competitiveness is an objective need for each business entity seeking to maintain or improve its competitive position and make informed management decisions. The authors propose to classify the diversity of enterprises competitiveness assessment methods through three main approaches: graphical, factorial and value. In order to identify the advantages and disadvantages of each approach there made the analysis of components of the main methods used by researchers. Concluded that there is not any universal tool for assessing the enterprises competitiveness. On the one hand, the reason for that is the limited and low reliability of estimates derived from the use of matrix and product methods, on the other hand, the complexity and cost of the evaluation using the existing multifactor models.

**Keywords:** enterprise competitiveness, competitiveness evaluation, approaches, methods, indicators

В условиях острого соперничества между участниками рыночных отношений оценка конкурентоспособности является объективной потребностью каждого хозяйствующего субъекта, стремящегося к сохранению или улучшению собственных конкурентных позиций и принятию обоснованных управленческих решений. Оценка конкурентоспособности предприятия заключается в определении и последующем анализе набора ключевых показателей деятельности хозяйствующего субъекта в целях выявления основных конкурентных преимуществ организации, определения ее текущей конкурентной позиции на рынке и выработки комплекса эффективных решений, направленных на обеспечение дальнейшего развития предприятия.

В настоящее время как в отечественной, так и в мировой практике не выработан единый общепринятый подход к оценке

конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. Во многом данное обстоятельство объясняется многообразием взглядов исследователей на сущность понятия конкурентоспособности предприятия. Вместе с тем необходимо учитывать наличие огромного количества факторов и составляющих конкурентоспособности компании, которые необходимо принимать во внимание для получения объективной оценки. С учетом вышеизложенного приходится констатировать, что в условиях отсутствия универсальных и в то же время обоснованных критериев оценки конкурентоспособности предприятий для определения уровня их конкурентоспособности экономистами применяется множество различных по своей природе методов, все многообразие которых предлагается классифицировать в рамках трех основных подходов: графического, факторного и стоимостного (таблица) [1, 4, 5].

Графический подход к оценке конкурентоспособности предприятия позволяет с использованием различных графических инструментов получить наглядное представление о конкурентной позиции предприятия на рассматриваемом рынке в сравнении с ключевыми конкурентами. В рамках графического подхода авторы предлагают выделить две группы методов: матричные методы и метод составления многоугольника конкурентоспособности. Факторный подход заключается в определении набора и получении количественной оценки основных факторов конкурентоспособности предприятия в сравнении с конкурентами. К числу методов, выделяемых в рамках данного подхода, относятся продуктовые, операционные и комплексные методы. Стоимостной подход к оценке конкурентоспособности компаний исходит из того, что стоимость предприятия может рассматриваться как главный критерий успешности и эффективности функционирования хозяйствующего субъекта в рыночных условиях, так как она является конечным результирующим критерием оценки всей совокупности внешних и внутренних конкурентных преимуществ предприятия. В рамках третьего подхода конкурентоспособность компаний определяется с использованием традиционно применяемых методов оценки стоимости бизнеса.

В целях выявления преимуществ и недостатков каждого из обозначенных подходов к оценке конкурентоспособности предприятия обратимся к анализу содержательной составляющей основных методов, используемых исследователями.

### Графический подход

1. *Матричные методы.* Своему названию данная группа методов оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов обязана применяемой форме отображения результатов анализа конкурентных позиций предприятия в виде матриц различной размерности. Большинство экономистов на горизонтальной оси матрицы откладывает значение показателя, характеризующего рыночное положение компании, а по вертикали – значение показателя, отражающего степень привлекательности этого рынка. В рамках матричных методов предприятия рассматриваются в качестве совокупности бизнес-единиц, формирующих единый продуктовый портфель. Отсюда следует отметить значительный уклон матричных методов в сторону маркетинговой оценки деятель-

ности хозяйствующего субъекта. Наиболее известными и широко применяемыми являются матричные модели, предложенные американскими консалтинговыми компаниями: Бостонской консалтинговой группой и МакКинси, а также впоследствии компанией Шелл и экономистом И. Ансоффом.

Все матричные методы объединяет их относительная простота и наглядность представления результатов оценки. Кроме того, построение матричных моделей дает достаточно объективное представление о сбалансированности и конкурентоспособности продуктового портфеля предприятия и позволяет наметить стратегические направления улучшения конкурентных позиций компании. Одновременно многие исследователи указывают на недопустимость рассмотрения предприятия как совокупности бизнес-единиц, так как в этом случае при оценке конкурентоспособности не учитывается целый ряд факторов, что значительно сокращает достоверность полученных результатов.

2. *Метод построения многоугольника конкурентоспособности.* В основе данного метода лежит оценка конкурентных позиций исследуемого предприятия и его основных конкурентов по ключевым составляющим хозяйственной деятельности, представленным в виде векторов. Результатом оценки является построение многоугольников конкурентоспособности хозяйствующего субъекта и его конкурентов, представляющих собой графическое соединение оценок по каждому из векторов.

Главным достоинством метода является наглядность результатов проведенной оценки. Анализ полученного многоугольника позволяет оперативно оценить конкурентное положение исследуемого хозяйствующего субъекта, определить ключевые факторы конкурентоспособности предприятия и разработать целевые мероприятия, направленные на поддержание имеющихся конкурентных преимуществ и развитие менее успешных в сравнении с конкурентами направлений деятельности компании. Интеграция в рассматриваемый метод математического аппарата, позволяющего получить количественную оценку уровня конкурентоспособности предприятия, значительно повышает практическую ценность полученных результатов. Основным недостатком метода следует признать широкое использование балльных экспертных оценок исследуемых характеристик деятельности предприятия, порождающее излишний субъективизм в процессе анализа.

Классификация подходов к оценке конкурентоспособности предприятия

Подход к оценке конкурентоспособности предприятия	Методы оценки конкурентоспособности предприятия	Общий вид модели оценки конкурентоспособности предприятия	Сущность метода
Графический подход	Матричные методы	<p>Матрица</p>	Конкурентоспособность предприятия повышают товары, имеющие большую долю на растущем рынке, а снижают – товары, имеющие незначительную долю на стагнирующих рынках
	Метод составления многоугольника конкурентоспособности	<p>Многоугольник конкурентоспособности</p>	Совмещение многоугольников конкурентоспособности предприятий позволяет определить слабые и сильные стороны исследуемых субъектов
Факторный подход	Продуктовые методы	$K = \sum K_{\text{продукции}, i} \cdot D_{\text{продукции}, i}$	Конкурентоспособность предприятия как сумма показателей конкурентоспособности производимой им продукции с учетом ее удельного веса в общем объеме продаж
	Операционные методы	$K = \sum K_{\text{подразделения}, i} \cdot B_{\text{подразделения}, i}$	Конкурентоспособность предприятия как сумма групповых показателей конкурентоспособности его функциональных подразделений с учетом их весомости для деятельности предприятия
	Комплексные методы	$K = K_{\text{текущая}} \cdot B_1 + K_{\text{потенциальная}} \cdot B_2$	Конкурентоспособность предприятия как средневзвешенное значение показателей его текущей и потенциальной конкурентоспособности
Стоимостной подход	Метод оценки стоимости бизнеса	$K \sim \text{Стоимость предприятия}$	Рост стоимости предприятия как главный критерий его конкурентоспособности

**Факторный подход**

1. *Продуктовые методы.* Авторы данной группы методов исходят из того, что возможность предприятия успешно конкурировать с другими участниками рыночных отношений определяется конкурентоспособностью выпускаемой им продукции. Экономисты обращают внимание на то, что практика бизнеса в большинстве случаев подтверждает их позицию, и утверждают, что чем более конкурентоспособным является товар, тем выше уровень конкурентоспособности хозяйствующего субъекта,

и наоборот. В качестве главного критерия оценки конкурентоспособности продукции выступает соотношение цены и качества товара. В наиболее общем виде в рамках продуктового метода показатель конкурентоспособности компании определяется как среднее арифметическое взвешенное показателей конкурентоспособности каждого вида производимой предприятием продукции.

Анализ существующих продуктовых методов позволяет констатировать, что их главным преимуществом является комплексная оценка одного из важнейших

компонентов конкурентоспособности хозяйствующего субъекта – конкурентоспособности производимой им продукции. Использование продуктовых методов дает возможность получить достаточно объективную количественную оценку привлекательности продуктового портфеля компании для потребителей, а также проанализировать факторы, влияющие на изменение динамики спроса на продукцию предприятия. Вместе с тем необходимо отметить, что оценка конкурентоспособности компании на основе продуктовых методов носит достаточно ограниченный характер, так как не позволяет получить представление об уровне эффективности хозяйственной деятельности, не учитывает показатели, характеризующие конкурентный потенциал предприятия.

*2. Операционные методы.* Данная группа методов основана на базовых положениях теории эффективной конкуренции, согласно которой уровень конкурентоспособности хозяйствующего субъекта определяется степенью эффективности организации деятельности отдельных подразделений предприятия. При этом эффективность функционирования каждой из служб предприятия напрямую зависит от продуктивности использования ограниченных ресурсов и результативности выполнения отдельных функциональных операций. Как и в случае с продуктовыми методами, интегральный показатель конкурентоспособности хозяйствующего субъекта наиболее часто рассчитывается по формуле средней арифметической взвешенной. При этом частные коэффициенты эффективности выполнения подразделениями компании отдельных операций, получаемые путем сопоставления показателей деятельности исследуемого предприятия с аналогичными показателями деятельности конкурентов или эталонными значениями, умножаются на соответствующие весовые коэффициенты, как правило, определяемые экспертным путем.

Основными достоинствами операционных методов являются охват широкого спектра ключевых показателей деятельности хозяйствующего субъекта, использование в процессе расчета показателя конкурентоспособности предприятия реальных отчетных данных, что позволяет получить достаточно точную и объективную оценку конкурентоспособности компании. Главным недостатком операционных методов следует признать необходимость сбора большого массива исходных данных, все-

сторонне характеризующих деятельность исследуемого предприятия и его конкурентов. Указанное обстоятельство превращает процесс сбора и обработки необходимой информации в чрезмерно трудоемкую и финансово затратную задачу, что в значительной мере сокращает практическую применимость рассматриваемой группы методов.

*3. Комплексные методы.* Особенность данных методов заключается в оценке конкурентоспособности хозяйствующего субъекта на основе комплексного анализа показателей его текущей конкурентоспособности и конкурентного потенциала [2, 3]. Многие исследователи рассматривают текущую конкурентоспособность компании как конкурентоспособность ее продукции и выполняют оценку с использованием моделей, предлагаемых авторами продуктовых методов. Конкурентный потенциал организации упомянутыми авторами зачастую определяется путем оценки эффективности использования различных ресурсов предприятия по аналогии с продуктовыми методами. Интегральный показатель конкурентоспособности предприятия в большинстве комплексных методов, как и в других методах, выделяемых в рамках факторного подхода, рассчитывается по формуле средней арифметической взвешенной.

По мнению автора, основным достоинством комплексных методов следует признать стремление их авторов на основе комбинации показателей текущей конкурентоспособности и конкурентного потенциала учесть в процессе оценки не только достигнутый хозяйствующим субъектом уровень конкурентоспособности, но и перспективы его наращивания в будущем, что является достаточно ценным с практической точки зрения. Вместе с тем анализ предлагаемых комплексных методик позволяет отметить, что математический аппарат, применяемый для оценки текущей и потенциальной конкурентоспособности предприятия, а также состав оцениваемых показателей являются наследием рассмотренных ранее продуктовых и операционных методов. Это дает основания констатировать, что комплексные методы, базируясь на аппарате других факторных методов, воспроизводят их главные недостатки. С одной стороны, комплексные методы перенимают трудоемкость операционных методов, с другой стороны, методологическую противоречивость оценки конкурентоспособности продукции на основе продуктовых методов.

### Стоимостной подход

Многие исследователи сегодня сходятся во мнении, что рыночная стоимость компании является главным индикатором ее развития, и предлагают рассматривать стоимость бизнеса как наиболее комплексную характеристику конкурентоспособности хозяйствующего субъекта. Показатель рыночной стоимости предприятия, являясь центральным объектом управления в большинстве крупных компаний, одновременно вбирает в себя оценку эффективности хозяйственной деятельности, качества управления, финансовой устойчивости и перспектив роста бизнеса. Несомненным преимуществом оценки конкурентоспособности предприятия на основе методов стоимостного подхода необходимо признать анализ всей совокупности ключевых характеристик деятельности хозяйствующего субъекта. Однако процесс сбора необходимой информации о функционировании исследуемого предприятия и его конкурентов является слишком трудоемким, в связи с чем использование методов оценки стоимости бизнеса для оценки конкурентоспособности компании является достаточно затруднительным, а иногда и практически невозможным.

Резюмируя анализ подходов к оценке конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, следует отметить, что на сегодняшний день ни один из рассмотренных авторами настоящей работы методов оценки не нашел широкого практического применения и не может быть признан универсальным аналитическим инструментом. В этой связи в экономической среде по-прежнему остается актуальной задача разработки универсального, имеющего широкие границы практического применения метода оценки конкурентоспособности предприятий, обеспечивающего получение комплексной и в то же самое время объективной оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта [6].

### Выводы

1. Систематизированы в рамках трех подходов: графического, факторного и стоимостного – существующие методы оценки конкурентоспособности предприятий.

2. Проанализирована сущность шести основных методов оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, пред-

ложен общий вид модели оценки с использованием каждого из методов.

3. Выявлены ключевые преимущества и недостатки рассмотренных методов оценки конкурентоспособности компаний.

4. Обоснована актуальность разработки универсального общепризнанного метода оценки конкурентоспособности предприятий.

### Список литературы

1. Криворотов В.В., Калина А.В. Конкурентоспособность социально-экономических систем: вызовы нового времени / под ред. А.И. Татаркина, В.В. Криворотова – М.: Экономика, 2014. – 466 с.
2. Криворотов В.В., Калина А.В., Матвеева Т.В., Байраншин А.Ю. Повышение конкурентоспособности современных российских территориально-производственных комплексов. – Екатеринбург: УрФУ, 2013. – 262 с.
3. Криворотов В.В., Калина А.В., Третьяков В.Д., Тиханов Е.А., Парфенов К.Е. Оценка и повышение конкурентоспособности российских машиностроительных комплексов // Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. – Екатеринбург, 2013. – № 4. – С. 61–76.
4. Криворотов В.В. Методология формирования механизма управления конкурентоспособностью предприятия: монография. – Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2007. – 238 с.
5. Тиханов Е.А. Научные основы повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов // Научный журнал «Globus». Экономика и юриспруденция: сборник научных публикаций X Международной научно-практической конференции «Экономика и юриспруденция: теория и практика» (19 июня 2016 г.). – СПб., 2016. – С. 29–34.
6. Тиханов Е.А., Криворотов В.В., Ерыпалов С.Е. Формирование универсального методического подхода к оценке конкурентоспособности промышленных предприятий // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Экономика и менеджмент». – Челябинск, 2016. – № 1 (Т. 10). – С. 113–124.

### References

1. Krivorotov V.V., Kalina A.V. Konkurentosposobnost sotsialno-ekonomicheskikh sistem: vyzovy novogo vremeni [Competitiveness of the Socio-Economic Systems: Challenges of Modern Times], M., Economics, 2014. 466 p.
2. Krivorotov V.V., Kalina A.V., Matveeva T.V., Bayranshin A.Yu. Povyshenie konkurentosposobnosti sovremennykh rossiyskikh territorialno-proizvodstvennykh kompleksov [Improving the Competitiveness of Modern Russian Clusters]. Ekaterinburg, UrFU, 2013. 262 p.
3. Krivorotov V.V., Kalina A.V., Tretjakov V.D., Tihanov E.A., Parfenov K.E. VestnikURFU Academic News UrFU. Economics and Management Series, 2013, no. 4, pp. 61–76.
4. Krivorotov V.V. Metodologiya formirovaniya mekhanizma upravleniya konkurentosposobnostyu predpriyatiya: monografiya [Methodology of Enterprise Competitiveness Management Mechanism Formation: Monograph]. Ekaterinburg, UGTU-UPI, 2007. 238 p.
5. Tihanov E.A. Nauchnyy zhurnal «Globus» «Globus» Science Journal. Economics and Law. St. Petersburg, 2016, pp. 29–34.
6. Tihanov E.A., Krivorotov V.V., Erypalov S.E. Vestnik SUSU Academic News SUSU. Economics and Management Series, 2016, no. 1 (10), pp. 113–124.