

УДК 332.1:338.4
DOI 10.17513/fr.43942

КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Шарохина С.В. ORCID ID 0000-0001-6592-064X,
Карсунцева О.В. ORCID ID 0000-0001-8633-4375,
Ашмарина Н.А. ORCID ID 0009-0000-7854-716X

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Самарский государственный экономический университет», Сызранский филиал, Сызрань,
Российская Федерация, e-mail: sharokhinatv@gmail.com*

В статье утверждается, что отечественные предприятия не достигли еще современного уровня конкурентоспособности. В этой связи обеспечение развития становится для руководителей предприятий стратегическим управленческим императивом, потому что является как критерием, так и условием достижения должного уровня конкурентоспособности. Цель исследования – осуществление количественной оценки конкурентоспособности предприятий. Авторы считают, что в современных условиях для получения полной картины конкурентоспособности компании необходимо учитывать финансово-экономические и маркетинговые характеристики. Прозрачность рынка обеспечивает свободное передвижение капитала. Главным же приоритетом менеджмента предприятия должно стать формирование такого потенциала, который будет обеспечивать ему надлежащую восходящую конкурентоспособность, то есть априорные возможности предприятия по ведению конкурентной борьбы и предпосылки приобретения определенных конкурентных преимуществ. Авторы делают вывод о том, что в значительной степени может характеризовать высокую конкурентоспособность предприятия факт опережающего развития компании по сравнению с темпами развития отраслевого рынка. Предложена схема расчета конкурентоспособности, учитывающая развитие ситуации в отрасли. В схеме использованы показатели динамики развития предприятия и динамики развития отрасли, к которой принадлежит предприятие. Авторы предлагают совершать предварительную оценку конкурентоспособности предприятия за определенный период следующим образом: сначала рассчитывается динамика роста объемов продаж предприятия в каждом году к показателям базисных темпов роста объемов продаж; далее проводится корректировка динамики объемов продаж предприятия на показатель изменения цен предприятия за анализируемый период; затем рассчитываются цепные темпы роста к показателям базового (прошлого) года. На основе подготовленных данных получают зависимость для расчета аналитического показателя конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность, оценка конкурентоспособности, методика оценки, динамика продаж, предприятие, отрасль, маркетинг

QUANTITATIVE ASSESSMENT OF COMPETITIVENESS INDICATORS OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE

Sharokhina S.V. ORCID ID 0000-0001-6592-064X,
Karsuntseva O.V. ORCID ID 0000-0001-8633-4375,
Ashmarina N.A. ORCID ID 0009-0000-7854-716X

*Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education
«Samara State University of Economics», Syzran branch, Russia, Syzran,
Russian Federation, e-mail: sharokhinatv@gmail.com*

This article argues that modern enterprises have not yet achieved the current level of competitiveness. Therefore, ensuring development is becoming a strategic management imperative for enterprise managers; as it serves both as a criterion and a prerequisite for achieving the required level of competitiveness. The purpose of this study is to quantitatively assess the competitiveness of enterprises. The authors believe that, in today's environment, a complete picture of a company's competitiveness requires considering its financial, economic, and marketing characteristics. Market transparency ensures the free movement of capital. The top priority for enterprise management should be developing the potential to ensure adequate upward competitiveness, that is, the a priori ability of the enterprise to compete and the prerequisite for acquiring certain competitive advantages. The authors conclude that a company's high competitiveness can largely be characterized by its accelerated development compared to the pace of development of the industry market. A competitiveness calculation scheme is proposed that takes into account the development of the industry situation and uses indicators of enterprise development dynamics and the development dynamics of the industry to which the enterprise belongs. The authors propose conducting a preliminary assessment of a company's competitiveness over a given period as follows: first, the growth rate of sales volumes in each year is calculated relative to the baseline (first year) figures. Next, the company's sales volume growth rate is adjusted for the company's price change over the analyzed period. Finally, the industry growth rate is calculated relative to the baseline (previous) year figures. Based on the prepared data, a relationship is derived for calculating an analytical indicator of the company's competitiveness.

Keywords: competitiveness, competitiveness assessment, assessment methodology, sales dynamics, enterprise, industry, marketing

Введение

Большинство отечественных промышленных предприятий характеризуется недостаточным уровнем конкурентоспособности, что обусловлено следующими факторами:

- сравнительно низкий уровень производительности труда;
- высокая энергоемкость производства;
- ограниченность спроса на продукцию предприятий;
- большая степень износа оборудования и других основных фондов;
- недостаточный уровень инновационной деятельности;
- отсутствие на многих предприятиях маркетинговой стратегии [1].

На современном этапе как позитив следует рассматривать то, что все большая доля населения может причислить себя к ответственному потреблению. Этот феномен получает все большую значимость в связи с повышением информированности населения, активным продвижением «зеленых» компаний на рынке и развивающейся законодательной базой в этом отношении, которая повышает требования к безопасности производства продукции [2].

Все это обуславливает актуальность проблемы повышения конкурентоспособности российских предприятий и необходимость разработки конкретных методов подсчета и оценки конкурентоспособности.

Д.Б. Стахив, А.В. Нарезнева, Р.Ф. Аналина называют такие способы определения конкурентоспособности товаров:

- сравнение с другими изделиями;
- изучение отличия изделия от изделий конкурентов с учетом степени удовлетворения конкурентом конкретной общественной потребности;
- учет затрат на маркетинг и затрат потребителей на приобретение и использование изделий [3].

О.Г. Чернышева, Л.А. Семина, А.В. Руквич предложили ввести термин «экономическая конкурентоспособность», под которой предлагается понимать состояние организации, отражающее ее конкурентные преимущества не только со стороны рыночных позиций, но и со стороны ее экономических и финансовых показателей, а также состояние ее свойств и потенциальных мощностей, которые в совокупности способствуют адаптации к нестабильности во внешней среде, обеспечивая конкурентные преимущества [4].

И.Ф. Емельянова представила структурно-логическую модель взаимосвязи основных категорий современной теории конкурентоспособности предприятия, а именно «конкуренции», «конкурентных преиму-

ществ», «конкурентоспособности» и «конкурентоустойчивости» предприятия. Рассмотрены их общие и отличительные черты, характер взаимосвязей, определено их место в системе конкурентных отношений [5].

А.В. Дубынина, Н.А. Калмакова, М.В. Лысенко, Ю.В. Лысенко, Д.Ю. Мартыненко, Ю.В. Подповетная, Е.Н. Филиппонова, О.Д. Рубаева рассматривают деятельность оптовой организации по продаже запасных частей. Являясь дистрибьютором большинства автозапчастей в стране и в ближнем зарубежье, компания сталкивается с проблематикой осуществления эффективного маркетингового позиционирования и развития клиентского сервиса. В ходе разработки путей повышения конкурентоспособности для решения проблемы высоких транспортных затрат было предложено два мероприятия: внедрение спутниковой системы мониторинга эксплуатации транспорта и расхода топлива и использование модели предварительного контроля эффективности транспортных средств организации [6].

Н.А. Кондаков, А.Н. Головина утверждают, что с развитием технологий, внедрением инноваций, постоянными изменениями внешней и внутренней конъюнктуры факторы, влияющие на конкурентоспособность, меняются не только качественно, но и количественно. Авторы делают вывод о том, что для повышения конкурентоспособности необходим системный подход, который предполагает изучение, рассмотрение, анализ и оценку всех элементов хозяйственной деятельности, обеспечивающих непрерывную работу предприятия. На разных этапах деятельности предприятия критерии для оценки конкурентоспособности предприятия должны быть тщательно отобраны. Обязательным условием для каждого критерия должна быть возможность его надежно измерить [7].

Е.А. Кормильцева, Е.В. Головкина справедливо отмечают, что для принятия правильных управленческих решений по направлению развития конкурентных преимуществ предприятию необходимо систематически проводить оценку уровня конкурентоспособности и сравнивать ее с конкурентами. Авторы считают, что это вполне позволяют сделать уже разработанные способы и методы оценки конкурентоспособности. Все они обладают своими достоинствами и недостатками, поэтому при выборе метода нужно учитывать потребности и возможности предприятия, наличие опытных экспертов, применять комплексный подход, сочетающий различные методы, для получения объективной оценки. Кроме того, важно осуществлять поиск

единой универсальной методики оценки конкурентоспособности предприятия [8].

Н.Д. Воронов считает, что алгоритм оценки конкурентоспособности включает в себя следующие этапы: маркетинговое исследование рынка; установление показателей; выбор конкурентов и товаров-аналогов для сопоставления, утверждение базовых образцов; сопоставление реальных показателей с базовыми; формулировка выводов [9].

Практически во всех работах названных авторов при определении конкурентоспособности обозначена необходимость изучать финансово-экономические показатели деятельности предприятия, однако не берутся во внимание маркетинговые показатели. Таким образом, выявляется необходимость определения экспресс-методики, которая бы могла отражать общий уровень конкурентоспособности предприятия, учитывая положение на рынке.

Цель исследования – осуществление количественной оценки конкурентоспособности предприятий.

Материалы и методы исследования

Следует отметить, что стоимость компании является успешным измерением конкурентоспособности при наличии стабильной экономики [10]. Но в условиях переходных экономик некоторые неэффективные предприятия, направляясь к банкротству, имеют низкий уровень конкурентоспособности [11].

И.У. Зилькарнай и Л.Р. Ильясова предлагают использовать интегральную оценку конкурентоспособности по формуле (1):

$$K = \sum_{i=1}^n W_i K_i, \quad (1)$$

где K – интегральный показатель конкурентоспособности;

K_i – отдельные показатели конкурентоспособности различных сфер деятельности предприятия;

W_i – удельный вес отдельных факторов в общей совокупности;

n – общее количество факторов [12].

Факторы, прилагаемые к интегральному показателю, выбираются в зависимости от поставленной задачи. Недостатком интегральной оценки является субъективизм при избрании веса отдельных факторов.

М. Портер предлагает для анализа два портфельных метода:

1) матрица «рост/рыночная доля», базирующаяся на использовании отраслевого роста в качестве показателя, отражает конкурентную позицию подразделений предприятия соответствующей отрасли и полученные чистые собственные средства, кото-

рые являются необходимыми для ведения операций этого подразделения [13, с. 428];

2) матрица «позиция компании/привлекательность отрасли», где параметры матрицы в меньшей степени подвержены точному количественному определению в сравнении с параметрами матрицы «рост/рыночная доля» и также требуют объективных оценок экспертов [13, с. 431].

Для расчета конкурентоспособности предприятия целесообразно рассматривать следующие факторы: компания занимает большую долю рынка; компания растет быстрее рынка; компания имеет маркетинговые активы, которые могут быть использованы; есть продукты, не превзойденные по качеству; есть защищенный приоритет в отношении технологий; есть уникальные продукты и услуги; компания имеет максимальную по отрасли балансовую прибыль [14].

Для раскрытия темы и достижения цели в данной статье применяются общенаучные методы исследования экономических явлений: научное абстрагирование, анализ, синтез, индукция, логический подход.

Результаты исследования и их обсуждение

На основе упомянутых выше исследований для предварительной количественной оценки конкурентоспособности можно использовать фактор «компания растет быстрее рынка».

Критерий конкурентоспособности предприятия предлагается рассчитывать по следующей формуле (2):

$$K = D_{np} / D_{отр}, \quad (2)$$

где K – критерий конкурентоспособности;

D_{np} – динамика развития предприятия;

$D_{отр}$ – динамика развития отрасли, к которой принадлежит предприятие.

Отсюда следует, что для конкурентоспособного предприятия имеется зависимость (3):

$$K > 1. \quad (3)$$

Следует сказать, что этот показатель базируется на тенденциях развития отрасли и является доминирующим в сравнении с другими методами оценки конкурентоспособности предприятия [15].

Предварительная оценка конкурентоспособности предприятия за определенный период совершается следующим образом. Сначала рассчитывается динамика роста объемов продаж в каждом году к показателям базового (первого года) по формуле (4):

$$D_{npi} = P_{pi} / P_{p1}, \quad (4)$$

где D_{npi} – динамика продаж предприятия за i -й год;

$Пр_i$ – объем продаж за i -й год;
 $Пр_1$ – объем продаж за первый (базовый) год;
 i – определенный период в диапазоне $1 \dots n$ лет.

Полученные результаты отражаются в таблице 1.

Далее необходимо скорректировать динамику объемов продаж предприятия на показатель изменения цен предприятия за анализируемый период. Для этого необходимо иметь результаты экспертной оценки изменения цен на основные товары, которые характеризуют деятельность предприятия относительно цен базового года. После этого возможно скорректировать динамику продаж к базовому году благодаря показателю изменения цен предприятия по формуле (5):

$$Дкор_i = Дпр_i / Ц_i, \quad (5)$$

где $Дкор_i$ – скорректированная динамика продаж к базовому году;

$Ц_i$ – показатель изменения цен на предприятии за i -й год относительно базового (первого) года;

$Дпр_i$ – динамика продаж предприятия за i -й год;

i -й – определенный период в диапазоне $1 \dots n$ лет.

Полученные результаты отображаются в таблице 2.

Дальше рассчитывается динамика роста отрасли к показателям базового года по формуле (6):

$$Дотпр_i = \sum_{i=1}^n \frac{отпр_i}{отпр_1}, \quad (6)$$

где $Дотпр_i$ – динамика роста отрасли за i -й год;

$отпр_1$ – индекс роста отрасли за первый (базовый) год (принимается за 100%);

$отпр_i$ – индекс роста отрасли за i -й год;
 i -й – год, который рассматривается за период – $1 \dots n$ лет.

Таблица 1

Динамика продаж предприятия на протяжении n лет

Показатели	Годы		
	2-й	...	n -й
Объем продаж, тыс. руб.	$Пр_2$	...	$Пр_n$
Динамика продаж к предыдущему году	$Дпр_2 = Пр_2 / Пр_1$	...	$Дпр_n = Пр_n / Пр_1$

Источник: составлено авторами.

Таблица 2

Скорректированная динамика продаж предприятия в течение n лет

Показатели	Годы			
	1-й	2-й		n -й
Динамика продаж к базовому году	$Дпр_1$	$Дпр_2$		$Дпр_n$
Динамика цен к базовому году	$Ц_1$	$Ц_2$		$Ц_n$
Скорректированная динамика продаж к базовому году	$Дкор_1 = Дпр_1 / Ц_1$	$Дкор_2 = Дпр_2 / Ц_2$		$Дкор_n = Дпр_n / Ц_n$

Источник: составлено авторами.

Таблица 3

Динамика роста отрасли

Показатели	Годы			
	1-й	2-й		n -й
Темпы роста отрасли к предыдущему году (индекс роста), %	$отпр_1$	$отпр_2$		$отпр_n$
Динамика роста отрасли к базовому году	$Дотпр_i = \sum_{i=1}^1 \frac{отпр_i}{отпр_1}$	$Дотпр_i = \sum_{i=1}^2 \frac{отпр_i}{отпр_1}$		$Дотпр_i = \sum_{i=1}^n \frac{отпр_i}{отпр_1}$

Источник: составлено авторами.

Таблица 4

Показатели конкурентоспособности предприятия

Показатели	Годы			
	1-й	2-й		n-й
Динамика роста предприятия к базовому периоду	$Dnp1$	$Dnp2$		$Dnpn$
Динамика роста отрасли к предыдущему году	$Domr1$	$Domr2$		$Domrn$
Показатели конкурентоспособности предприятия	$Ka1 = Dnp1 / Domr1$	$Ka2 = Dnp2 / Domr2$		$Kan = Dnpn / Domrn$

Источник: составлено авторами.

Формулы расчётов размещены в таблице 3.

Основываясь на формуле 2, можно получить зависимость для расчета аналитического показателя конкурентоспособности предприятия, что записано следующей формулой (7):

$$Kai = Dnpi / Dompi, \quad (7)$$

где Kai – показатель конкурентоспособности за i -й год;

$Dnpi$ – динамика роста продаж предприятия за i -й год;

$Dompi$ – динамика роста отрасли за i -й год;

i -й – текущий год за период – $1 \dots n$ лет.

Полученные в результате расчета данные заносятся в таблицу 4.

Таким образом, при практическом применении предложенной методики можно сделать предварительный вывод о том, что конкурентоспособность предприятия повысилась или понизилась на протяжении обозначенного периода.

Также можно сделать вывод о том, насколько изменения конкурентоспособности имеют поступательный характер или подвержены влиянию неожиданных факторов, что делает ее характеристики менее устойчивыми.

Заключение

Авторами предложена методика количественной оценки конкурентоспособности предприятия, что может быть использовано в теоретических маркетинговых исследованиях эффективности модернизации комплекса маркетинга.

Список литературы

- Егоров А.С. Конкуренция и конкурентоспособность предприятий в 2022- 2023 годах. // Российский Экономический Барометр. 2023. № 4. С. 3–15. URL: <https://www.imemo.ru/publications/periodical/reb-quarterly/archive/2023/4-92/analytics/competition-and-competitive-power-of-enterprises-in-2022-2023> (дата обращения: 11.09.2025). DOI: 10.20542/reb.rus-2023-4-3-15.

- Вяткина Н.Ю. Особенности потребительских предпочтений россиян в условиях санкционной экономики // Креативная экономика. 2023. Т. 17. № 6. С. 2003-2020. URL: <https://ieconomic.ru/lib/118264> (дата обращения: 11.09.2025). DOI: 10.18334/ce.17.6.118264.

- Стахов Д.Б., Нарежнева А.В., Ананина Р.Ф., Суслова Ю.Ю., Волошин А.В. Теоретические аспекты конкурентоспособности и ее особенности в креативной экономике // Экономические науки. 2024. № 230. С. 170-175. URL: https://ecsn.ru/wp-content/uploads/202401_170.pdf (дата обращения: 11.09.2025). DOI: 10.14451/1.230.170. EDN: НРМКЕФ.

- Чернышева О.Г., Семина Л.А., Рукович А.В. Экономическая конкурентоспособность организации // Международный научно-исследовательский журнал. 2023. № 1 (127). URL: <https://research-journal.org/archive/1-127-2023-january/10.23670/IRJ.2023.127.141> (дата обращения: 11.09.2025). DOI: 10.23670/IRJ.2023.127.141.

- Емельянова И.Ф. Основные понятия теории конкурентоспособности предприятия: сущность, характер взаимосвязей, место в системе конкурентных отношений // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. 2020. № 1. С. 72-81. URL: http://ea.donntu.ru:8080/bitstream/123456789/35738/1/Yemelyanova%2C2020_03.pdf (дата обращения: 11.09.2025). EDN: LVRSXL.

- Дубынина А.В., Калмакова Н.А., Лысенко М.В., Лысенко Ю.В., Мартыненко Д.Ю., Подповетная Ю.В., Филиппонова Е.Н., Рубаева О.Д. Архитектура конкурентоспособности предприятия в современных условиях // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2024. № 1. С. 51-55. URL: <https://vael.ru/ru/article/view?id=3209> (дата обращения: 11.09.2025). DOI: 10.17513/vael.3209.

- Кондаков Н.А., Головина А.Н. Конкурентоспособность в современных условиях: факторы влияния, методы измерения, способы усиления // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2024. № 7-1. С. 106-110. URL: <https://vael.ru/ru/article/view?id=3568> (дата обращения: 11.09.2025). DOI: 10.17513/vael.3568.

- Кормильцева Е.А., Головкина Е.В. Анализ методов оценки конкурентоспособности компании // Фундаментальные исследования. 2022. № 10-1. С. 60-65. URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=43344> (дата обращения: 11.09.2025). DOI: 10.17513/fr.43344.

- Воронов Н.Д. Конкурентоспособность малого и среднего предпринимательства: сущность, пути повышения, взаимосвязь с теневой экономикой // Теневая экономика. 2021. Т. 5. № 4. С. 307-326. URL: <https://ieconomic.ru/lib/113941> (дата обращения: 11.09.2025). DOI: 10.18334/tek.5.4.113941.

- Биттиев М.Х., Маянцев В.С., Мурзин С.А. Управление ценностью бизнеса: экономические методы оценки стоимости компании // Прогрессивная экономика. 2025. № 5. С. 65-75. URL: https://progressive-economy.ru/vypusk_1/upravlenie-czennostyu-biznesa-ekonomicheskie-metody-ocenki-stoimosti-kompanii/ (дата обращения: 11.09.2025). DOI: 10.54861/27131211_2025_5_65 EDN: FQCBHQ.

11. Гартин Ю.А. Институт банкротства в российском законодательстве: исторические и теоретические аспекты // Наука. Общество. Государство. 2023. Т. 11. № 3. С. 24–32. URL: <https://esj.pnzgu.ru/page/53246/> (дата обращения: 11.09.2025). DOI: 10.21685/2307-9525-2023-11-3-3/EDN: AOAJUX.

12. Зулькарнай И.У., Ильясова Л.Р. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий // Маркетинг в России и за рубежом. 2001. № 4. С. 17–27. URL: <http://www.mavriz.ru/articles/2001/4/273.html> (дата обращения: 11.09.2025). EDN: MLONSF.

13. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер; Пер. с англ.

4-е изд. М.: Альпина Паблишер, 2011. 453 с. URL: https://urss.ru/images/add_ru/194535-1.pdf (дата обращения: 11.09.2025).

14. Малышевская Т.Е. Характерные черты, проблемы и перспективы развития современных российских высокотехнологичных быстрорастущих компаний // Креативная экономика. 2020. Т. 14. № 8. С. 1749–1774. URL: <https://1economic.ru/lib/110695> (дата обращения: 11.09.2025). DOI: 10.18334/ce.14.8.110695.

15. Чебурахина Д.И., Субботина Т.Н. Анализ методов оценки конкурентоспособности предприятия // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 5-3 (87). С. 191–195. URL: <http://economyandbusiness.ru/wp-content/uploads/2022/06/СHeburahina.pdf> (дата обращения: 11.09.2025). DOI: 10.24412/2411-0450-2022-5-3-191-195 EDN: WJKFJA.

Конфликт интересов: Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest: The authors declare that there is no conflict of interest.