

## МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

В статье рассмотрены методы оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта. Даны характеристики подходов к методам оценки конкурентоспособности. Сформулированы преимущества и недостатки методов. В результате подведен итог использования методов конкурентоспособности хозяйствующего субъекта в практических условиях.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность, хозяйствующий субъект, методы оценки

Конкуренция является неотъемлемым свойством рынка. Степень эффективности его функционирования будет выше, если существует благоприятная социокультурная среда, социально-экономические и правовые условия для проявления активности деятельности для хозяйствующих субъектов между собой в рамках добросовестной конкуренции. Например, мониторинг субъектов предпринимательской деятельности Кемеровской области показывает, что «основными барьерами, с которыми сталкивался бизнес в 2018 году, являлись нестабильность российского законодательства (12,7%), высокая налоговая нагрузка (11,4%), действия органов власти, препятствующие созданию и ведению бизнеса (10,9%), сложность доступа к финансовым ресурсам (7,2%), высокие транспортные и логистические издержки (6,6%) [Мониторинг ..., 2018, с. 8]. Для эффективного воздействия рыночных механизмов на создание устойчивого экономического роста не только в стране, но и в регионах, необходимо поддержание и развитие конкурентных отношений [Гапоненко, 2018, с. 72], Необходимо учитывать российскую социокультурную ментальность [Золотухин, Родионов, 2014, с. 22], в рамках которой осуществляется деятельность хозяйствующего субъекта.

В соответствии с Федеральным законом Российской Федерации «О защите конкуренции» №135-ФЗ конкуренция представляет собой «соперниче-

ство хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке» [ФЗ «О защите ..., 2006]. В свою очередь к хозяйствующему субъекту относятся любая «... коммерческая организация, некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход, индивидуальный предприниматель, иное физическое лицо, не зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, но осуществляющее профессиональную деятельность, приносящую доход, в соответствии с федеральными законами на основании государственной регистрации и (или) лицензии, а также в силу членства в саморегулируемой организации» [ФЗ «О защите ..., 2006].

Понятия «конкуренция» и «конкурентоспособность» неразрывно связаны, поскольку конкурентоспособность существует только на том рынке, на котором есть конкуренция.

Конкурентоспособность хозяйствующего субъекта – это фактическое и возможное умение предприятия на основании содержащихся у него для этого преимущества конструировать, производить и осуществлять в определенных условиях товары, которые по своим потребительским и стоимостным параметрам в совокупности более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов [Гапоненко, 2018, с. 72].

Оценка конкурентоспособности хозяйствующего субъекта опирается на подробный анализ технологических, финансовых и сбытовых возможностей хозяйствующего субъекта. После данной оценки выявляются потенциальные возможности организации, а также разрабатываются мероприятия для поддержания конкурентных позиций на рынке.

В подобной оценке конкурентоспособности, заключаются следующие основные показатели [Ефремов, 2016, с 141]:

- набор конкурентоспособной продукции, ее объемы и стоимость;

- ассортимент конкурентоспособной продукции, ее объемы и стоимость;
- номенклатура критерий и способов, которыми предприятие может гарантировать себе превосходство на рынке;
- создание благоприятного представления о предприятии у покупателей, постоянное обновление продукции.

Оценку конкурентоспособности, проводимую предприятиями можно описать большим числом показателей. Используемые показатели могут быть различны и набор их может полностью отличаться, это зависит от метода оценки.

В настоящее время отсутствует общепринятая методика оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта. Однако можно выделить следующие основные методы оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

**Продуктовые методы** (Чайникова Л.Н., Чайников В.Н. и др.). Огромное количество конкурентоспособных хозяйствующих субъектов представлено на рынке конкурентоспособной продукцией. Тем временем, очень сложно представить себе успешное предприятие, которое занимается производством продукции, не пользующуюся спросом у потребителей. В процессе анализируемого подхода зависимость между конкурентоспособностью товара и успешностью компании сильно велика, поэтому определения фактически идентифицируются.

Данный метод основывается на том, что оценка конкурентоспособности хозяйствующего субъекта, вероятно, реализована посредством оценки конкурентоспособности его продукции, то есть чем выше конкурентоспособность товара – тем выше конкурентоспособность хозяйствующего субъекта. Важно отметить, что для определения конкурентоспособности продукции используются маркетинговые и квадратические методы, которые базируются на поиске соотношения цена-качество продукции [Мокроносов, Маврина, 2017, с. 94].

**Матричные методы** (Воронов Д.С., Криворотов В.В. и др.). Данный метод основан на применении матрицы – таблицы упорядоченных по строкам и столбцам элементов.

В составе матричных моделей в первую очередь целесообразно выделить разработки Бостонской консалтинговой группы (Boston Consulting Group). Матрица Бостонской консалтинговой группы построена на основе системы координат: по вертикали – темпы роста вместимости рынка, размещенные по строкам матрицы в линейном масштабе; по горизонтали, то есть по столбцам матрицы – в логарифмическом масштабе берется относительная частица производителя продукции на рынке. В наибольшей степени конкурентоспособными являются хозяйствующие субъекты, которые занимают предельную частицу на быстро растущем рынке [Воронов, 2015, с. 481].

Фундаментальной основой данной методики являются две концепции [Юданов, 2015, с. 178].

1. Бизнес, который имеет значительную долю рынка, приобретает в итоге действия эффекта конкурентное преимущество в части издержек производства. Из этого следует, что самый крупный конкурент имеет наибольшую рентабельность при продаже по рыночным ценам и для него финансовые потоки максимальны.

2. Присутствие на преуспевающем рынке указывает на повышенную потребность в финансовых средствах для своего развития, т.е. обновления и расширения производства, осуществления эффективной рекламы и т.д.

**Операционные методы** (Мокроносов А.Г., Маврина И.Н. и др.). Главные методы оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта содержат комплексность операционных моделей. Рассматриваемый метод базируется на том, что максимальной конкурентоспособностью пользуются хозяйствующие субъекты, которые имеют преимущественную организованность деятельности всех подразделений.

Оценка эффективности функционирования каждого подразделения зависит от множества факторов или ресурсов. При этом ресурсы хозяйствую-

щего субъекта понимают широко, т.е. это не только финансовый и материальный вид капитала, но и персонал, состояние управления, организация маркетинга и уровень управленческой работы. Каждый ресурс предполагает осуществление оценки с помощью пропорциональных коэффициентов количественного или качественного характера [Мокроносов, А.Г, Маврина, 2017, с. 125].

Следовательно, операционный метод предстает как совокупность нескольких отдельных коэффициентов, определяющих ряд эффективности конкретных процедур.

Для оценки конкурентоспособности, базированной на использовании подобных методов, необходимо установление процедур и коэффициентов, характеризующих предельной существенностью при предоставлении конкурентного статуса хозяйствующего субъекта.

Значение операционного метода заключается в следующем:

- выполнение сравнения отдельного показателя сравнительно таких же показателей предприятий-конкурентов;
- установление индивидуальных коэффициентов по всем рассматриваемым операциям;
- математическое улучшение полученных в результате предыдущих этапов частных коэффициентов.
- демонстрация итогов осуществленного анализа в построенных диаграммах, многогранниках и других формах конкурентоспособности.

**Комбинированные методы** (Воронов Д.С., Криворотов В.В. и др.). Методы, которые относятся к данной группе, установлены как сгруппированные ввиду того, что оценка конкурентоспособности хозяйствующего субъекта в их пределах сводится вследствие акцентирования не только полученной, но и допустимой конкурентоспособности. Фундаментом подхода является тезис, согласно которому конкурентоспособность хозяйствующего субъекта – это накопленная величина фактической конкурентоспособности хозяйствующего субъекта и его конкурентного потенциала.

При комбинированном методе конкурентоспособность анализируется как совокупная величина, которая дает возможность установить данную конкурентоспособность и определенные ресурсы хозяйствующего субъекта. Вместе с тем разрешается изменение текущей и потенциальной конкурентоспособности. В большинстве случаев, установление достигнутой конкурентоспособности выполняется путем использования продуктовых методов, а потенциальной – подобно операционным способам.

Оценка базирована на математической установке, охватывающей групп элементов, присущих продуктовым и операционным методикам. Тем не менее комбинированные методы не нашли массового использования в результате методологического несоответствия и трудоемкого анализа [Воронов, Криворотов, 2016, с. 63].

**Методы оценки стоимости бизнеса** (Криворотов В.В., Калина А.В. и др.). Одной из главных и основных методов оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта является метод оценки стоимости бизнеса [Криворотов, Калина, Матвеева, Байраншин, 2017, с. 159]. Данный метод основан на предположении о том, что объем продаж, прибыль, себестоимость, прочие финансовые показатели, такие как ликвидность, финансовая устойчивость, оборачиваемость активов и эффективность являются интервальными характеристиками конкретных экономических сторон деятельности предприятия. Только рыночная оценка компаний, включая в себе все важнейшие показатели ее внешнего и внутреннего окружения, является итоговым признаком финансового состояния и экономической эффективности. Значит, метод оценки стоимости бизнеса является промежуточным индексом формирования предприятия.

Данный метод выполняется на основе оценки подходов, таких как: затратный, доходный и сравнительный. Также может осуществляться на установлении ценообразования компании опираясь из расценок ее ценных бумаг на фондовом рынке. В двух случаях стоимость бизнеса осуществляется на основе автономной экспертной оценки относительно полной комплексности

важной информации о работе рассматриваемого хозяйствующего субъекта. Расхождение исключительно в численности экспертов: в случае расценки ценных бумаг на фондовом рынке численность экспертов достаточно высока, что вероятность ошибки в оценке стремится к нулю.

В таблице 1 приведены основные преимущества и недостатки выше-рассмотренных методов [Оценка ..., 2019].

Таблица 1.  
Преимущества и недостатки методов оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

Методы	Преимущества	Недостатки
1	2	3
<b>Продуктовые</b>	<b>Принимает во внимание один из основных элементов конкурентоспособности предприятия – конкурентоспособность его продукции</b>	<b>Дает неполное представление о преимуществах и недостатках в деятельности непосредственно предприятия, так как его конкурентоспособность получает вид конкурентоспособности продукции и не касается прочих подходов его деятельности</b>
<b>Матричные</b>	<b>Возможность просуммировать итоги стратегического анализа и показать их в способной для обращения форме; мониторинг обусловленности двух факторов; вероятность определить стратегические преимущества деятельности предприятия, а также преимущества в назначении его ресурсов</b>	<b>Огромная аналитическая работа, требующая получить достоверную маркетинговую информацию, недостаточные возможности использования коэффициентов, демонстрированных количественно</b>

1	2	3
<b>Операционные</b>	<b>Заключение обширного диапазона важнейших коэффициентов деятельности предприятия; применение в процедур расчета конкурентоспособности предприятия конкретных отчетных данных, что разрешает получить довольно достоверную и объективную оценку конкурентоспособности предприятия</b>	<b>Затратная математическая обработка огромного числа основания, проблема в сборе данных, относительность отдельных применяемых коэффициентов</b>
<b>Комбинированные</b>	<b>Принимает во внимание не только достигнутый уровень конкурентоспособности предприятия, но и его вероятную динамику в дальнейшем</b>	<b>Методологическая противоречивость и трудоемкость анализа</b>
<b>Оценка стоимости бизнеса</b>	<b>Точность и достоверность метода, так как оценка проводится независимыми экспертами</b>	<b>Ограниченностю применение в связи с тем, что оценка проводится независимыми экспертами, а как показывается практика, данная процедура довольно дорогостоящая, или необходимо, чтобы ценные бумаги оцениваемого предприятия имели обращение в фондовом рынке</b>

В итоге, за исследователем конкурентоспособности остается решение: применять точные, но достаточно трудоемкие и затратные многофакторные

методы или же использовать в меньшей степени точные, но практически применимые однофакторные модели.

Таким образом, можно сделать вывод, что в целях предоставления приемлемой трудоемкости исследований и доступности требующихся данных, оценка конкурентоспособности хозяйствующего субъекта в большинстве случаев выполняется с наименьшим количеством применяемых коэффициентов, при этом являющихся общедоступными из материалов публичной отчетности компании.

### Библиографический список

Воронов, Д.С., Криворотов В.В. Конкурентоспособность предприятия: оценка, анализ, пути повышения. – Екатеринбург: Изд-во УГТУ–УПИ, 2016. – 96 с.

Воронов, Д.С., Криворотов В.В. Пути повышения конкурентоспособности предприятия // Проблемы организации конкурентоспособного производства и повышения устойчивости производственных систем. Сб. науч. ст. – Екатеринбург: Изд-во УГТУ–УПИ, 2015. – с. 481–488.

Гапоненко, А.Л. Стратегическое управление: Учебник / А.Л. Гапоненко. – Москва: Омега – Л, 2018. – 93 с.

Ефремов, Е.С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования: Учебное пособие / Е.С. Ефремов. – Москва: Финпресс, 2016. – 191 с.

Золотухин В.М., Родионов А.В. Социально-философский и социокультурный аспекты российской ментальности. // Вестник КемГУКИ, 2014. – № 4. – С. 17–24.

Криворотов, В.В., Калина А.В., Матвеева Т.В., Байраншин А.Ю. Повышение конкурентоспособности современных российских территориально-производственных комплексов. – Екатеринбург: УрФУ, 2017. – 262 с.

Мокроносов, А.Г, Маврина И.Н. Конкуренция и конкурентоспособность: учеб. пособие / А.Г. Мокроносов, И.Н. Маврина. – Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2017. – 194 с.

Мониторинг состояния развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Кемеровской области в 2018 году <https://ako.ru/deyatelnost/standart-razvitiya-konkurentsii-v-kemerovskoy-oblasti/vnedrenie-standarta-razvitiya-konkurentsii.php> (Дата обращения 30.05. 2019).

Оценка конкурентоспособности предприятий [Электронный ресурс]. URL:<https://sprintinvest.ru/ocenka-konkurentosposbnosti-predpriyatiya-sushhnost-kriterii-i-metody> (дата обращения: 29.04.2019).

Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135 ФЗ (с изменениями на 29.07.2018) (редакция, действующая с 19.08.2018 года). – URL:[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61763/01fbae25b3040955277cbd70aa1b907cceda878e/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/01fbae25b3040955277cbd70aa1b907cceda878e/) (дата обращения: 29.04.2019).

Чайникова, Л.Н., Чайников В.Н. Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2017. – 192 с.

Юданов, А.Ю. Конкуренция: теория и практика: учеб. пособие. Москва: Гном-Пресс, 2015. – 304 с.

**M. V. Bozoyan, E. I. Levina, A. O. Tabakova**  
*T.F. Gorbachev Kuzbass State Technical University, Kemerovo, Russia*

## **METHODS OF ASSESING THE COMPETITIVENESS OF AN ECONOMIC ENTITY**

The article describes the methods of assessing the competitiveness of an economic entity. The characteristics of approaches to the methods of competitiveness assessment are given. The advantages and disadvantages of the methods are formulated. As a result, the results of the use of methods of competitiveness of an economic entity in practical conditions.

**Key words:** competition, competitiveness, economic entity, methods of evaluation