

УДК 338.3

JEL D21

DOI: <http://doi.org/10.25728/econbull.2023.1.1-gabrielyan>

## СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

**Габриелян Белла Валерьевна**

*Ереванский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова,*

*Институт экономики им. М. Котаняна НАН РА, Ереван, Республика Армения*

*e-mail: [bvgabrielyan@mail.ru](mailto:bvgabrielyan@mail.ru); SPIN-код: нет; <https://orcid.org/0000-0002-7428-790>*

**Барсегиан Азатуи Рудиковна**

*Ереванский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Ереван, Республика Армения*

*e-mail: [a.r.barseghyan@mail.ru](mailto:a.r.barseghyan@mail.ru); SPIN-код: нет; ORCID -нет*

**Аннотация:** Учитывая текущую ситуацию на рынке, можно сказать, что окружающая среда на данный момент является довольно конкурентной, следовательно, для больших организаций становится все более сложно не отставать от темпов роста крупных корпораций и при этом сохранять, и увеличивать прибыль. В статье рассмотрены основные современные методы оценки конкурентоспособности. Изучение и анализ оценки конкурентоспособности посредством этих методов способствуют улучшению работы организации. Соответственно, проведение этого анализа является жизненно важной частью любого бизнеса, так как незнание того, что нужно клиенту и какие конкурентные преимущества имеют конкуренты, может привести к банкротству.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, темп роста, бизнес, конкуренты, эффективность, маркетинг, активы, финансовая устойчивость.

## MODERN METHODS FOR ASSESSING COMPETITIVENESS

**Gabrielyan Bella Valeri**

*Plekhanov Russian University of Economics, M. Kotanyan Institute of Economics of NAS RA,  
Yerevan, Republic of Armenia*

*e-mail: [bvgabrielyan@mail.ru](mailto:bvgabrielyan@mail.ru); SPIN-code: none; <https://orcid.org/0000-0002-7428-790>*

**Azatuhi Rudiki Barseghyan**

*Plekhanov Russian University of Economics, Yerevan, Republic of Armenia*

*e-mail: [a.r.barseghyan@mail.ru](mailto:a.r.barseghyan@mail.ru); SPIN-code: none; ORCID - none*

**Abstract:** Given the current market situation, it can be said that the environment is quite competitive at the moment, hence it is becoming more and more difficult for large organizations to keep up with the growth rates of large corporations and at the same time maintain and increase profits. The article considers the main methods for assessing competitiveness. The study and analysis of the assessment of competitiveness through these methods contribute to the better performance of the organization.

Accordingly, conducting this analysis is a vital part of any business, as not knowing what the client needs and what competitive advantages competitors have can lead to bankruptcy.

**Keywords:** competitiveness, growth rate, business, competitors, efficiency, marketing, assets, financial stability.

**Введение.** Окружающая среда на данный момент является довольно конкурентной, следовательно, для больших организаций становится все более сложно не отставать от темпов роста крупных корпораций и при этом сохранять и увеличивать прибыль.

Для достижения лидирующих позиций на рынке организации должны использовать весь свой потенциал, анализировать деятельность своих конкурентов, усовершенствовать свою продукцию и систему управления. Следовательно, конкурентоспособность организации целесообразно оценивать совокупностью различных наборов внешних и внутренних факторов, а также факторов, учитывающих взаимовлияние внешней и внутренней среды.

Удовлетворение ожиданий, продиктованных стремлением организации к получению стабильной прибыли, в конечном счете зависит от конкурентоспособности. Однако, для достижения этой цели организациям необходимо развивать возможности для превращения ожиданий в реальность. Эти способности связаны с факторами, которые можно классифицировать по областям.

Критические факторы успеха – элементы, которые позволяют организации достичь наилучшего возможного уровня конкурентоспособности и, как таковые, имеют большое значение для целей контроля.

Оценка конкурентоспособности организации – сложная многофакторная задача, которая сводится к определению наиболее значимых числовых показателей конкурентоспособности и их интегрированию, деятельности, финансового положения, эффективности инвестиций и т.д. [1]

Все методы оценки конкурентоспособности организации можно классифицировать следующим образом [2]:

- **Матричные методы:** являются простыми методами оценки конкурентоспособности, дают наглядную информацию, т.к. все оценки производятся в системе координат (ось абсцисс – темп роста/сокращение объема продаж; ось ординат – относительная доля рынка). Методы основаны на рассмотрении процесса конкуренции в развитии, и в случае достоверной информации производится достаточно качественный анализ. Примером матричного метода является Матрица БКГ.

Также к матричным методам относят: *матрица Портера, модель McKinsey, модель ADL LC* [3].

- **Методы, основывающиеся на процедуре оценивания конкурентоспособности производимого товара или услуги:** базируются на проведении оценки продукции. Считается, что конкурентоспособность выше, чем выше качество товара и меньше его стоимость.

Примером данного метода оценки является *дифференциальный метод*. Он основан на использовании единичных параметров анализируемого товара или услуги и базы сравнения и их сопоставлении. Если за базу оценки принимается потребность, расчет единичного показателя конкурентоспособности производится по формуле 1:

$$Q_i = \frac{P_i}{P_{i0}} * 100\% \quad (1)$$

где,  $Q_i$  – единичный показатель конкурентоспособности по  $i$ -му параметру ( $i=1,2,3,\dots,n$ )

$P_i$  – величина  $i$ -го параметра для анализируемой продукции;

$P_{io}$  – величина  $i$ -го параметра, при котором потребность удовлетворяется полностью.

Единичный показатель принимает только два значения – 1 или 0.

• **Метод, в основу которого положена теория эффективной конкуренции:** конкурентоспособными считаются организации, в которых налажена эффективная работа всех подразделений, т.е. подразумевается оценка эффективности использования ресурсов. В основу методики положена идея, что конкурентоспособность определяется путем сложения способностей организации к достижению конкурентных преимуществ, но сумма элементов не приводит к такому же результату, как и вся система в целом.

Примером является *метод построения многоугольника конкурентоспособности*, который представлен векторами, направленными из одной точки в разные стороны и описывающими ключевые свойства объекта: ассортимент продукции и ее стоимость; внешний вид продукта; срок хранения; уровень рекламной активности; уникальность торгового предложения; степень лояльности к марке; качество квалификации и работы персонала.

Многоугольник конкурентоспособности представлен на рис. 1.

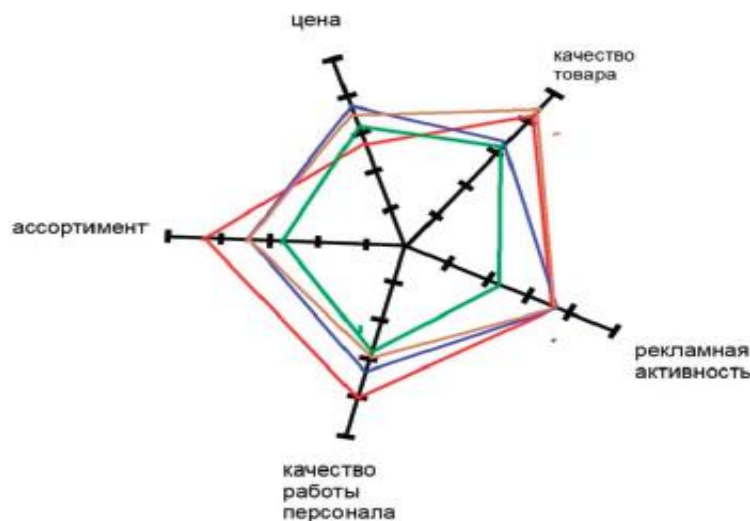


Рис. 1. Многоугольник конкурентоспособности

Для построения многоугольника создается шкала, оси которой соответствуют конкретным критериям. Каждый критерий оценивается по системе от 1 до 10 баллов, где 10 – максимальное значение, определяются точки-показатели, которые соединяются между собой. Одновременно выстраивается многоугольник свойств аналогичного продукта конкурента.

В результате анализа достигается высокая степень наглядности имеющихся сильных и слабых сторон продукта организации и обеспечивается возможность сравнительной оценки ключевых преимуществ собственной организации и конкурентов. Сопоставление полученных результатов становится отправной точкой для определения действительной конкурентоспособности организации для

совершенствования деятельности организации и усиления его позиций на рынке [3].

- **Методы, основанные на комплексном подходе к оценке,** включают в себя критерии, характеризующие степень удовлетворения потребностей потребителя и критерий эффективности производства. Метод может учесть существующий уровень конкурентоспособности и будущую возможную динамику, но в данной оценке используются методы, которые были перечислены выше, поэтому все их недостатки переносятся на данный метод.

- **Метод оценивания конкурентоспособности на основе рейтинговой системы.** Для выполнения данного метода необходимо выделить ряд показателей, которые можно считать наиболее важными. Затем оценить данные показатели по бальной шкале. Если потребуется, то можно выделить удельный вес определенного показателя, присвоив ему коэффициент. Рассмотрим рейтинговую систему оценки конкурентов в таблице 1.

**Таблица 1.** Рейтинговая оценка конкурентов

№	Показатель	Организация №1	Организация №2	Организация №3
1	Качество товаров	4	5	5
2	Цена товаров	4	3	4
3	Количество товаров	3	4	1
4	Финансовая стабильность	3	4	2
5	Известность	3	4	2
6	Географическое положение	3	5	5
	Итоговая оценка	3	4	3

Преимуществом данного метода можно назвать простоту и универсальность, однако же, оценка показателей весьма субъективна [4].

- В основе метода оценки конкурентоспособности организации на основе эффективной конкуренции лежит оценка группы показателей, характеризующие:

- эффективность управления производственными процессами;
- эффективность управления оборотными средствами;
- эффективность управления сбытом;
- товар организации (цена и качество).

Репрезентативность оценки конкурентоспособности организации обеспечивают критерии и показатели, которые входят в первые три группы и имеют коэффициенты весомости. Определение коэффициентов весомости происходит экспертами, а расчет критериев и коэффициентов организации производится по формуле 2:

$$K_{кп} = 0,15 * Эп + 0,29 * Фп + 0,23 * Эс + 0,33 * Кт \quad (2)$$

где,

Ккп – коэффициент конкурентоспособности организации;

0,15; 0,29; 0,23; 0,33 – коэффициенты весомости показателей;

Эп – значение критерия эффективности производственной деятельности;

Фп – значение критерия финансового положения организации;

Эс – значение критерия эффективности организации сбыта и продвижения товара на рынке;

Кт – значение критерия конкурентоспособности товара.

В данной методике оценки конкурентоспособности охвачены наиболее существенные оценки деятельности организации.

Однако в формуле скрыт расчет самих показателей и коэффициентов весомости. Универсальность определенных весовых коэффициентов отталкивает от использования методики, т.к. в разных отраслях определены свои ключевые показатели и их веса, что не позволит отнести данную методику в универсальный инструмент.

- Наиболее распространенными и набирающими популярность имеют **методики оценки вероятности поглощения или слияния бизнеса**. По своей сути методики оценки нацелены на комплексную оценку деятельности организации, как и оценка конкурентоспособности.

- **Метод коэффициента Альтмана**. Метод предложен в 1968 году экономистом Эдвардом Альтманом [5]. В основе индекса кредитоспособности лежит аппарат мультипликативного дискриминантного анализа, с помощью которого можно разделить хозяйствующие субъекты на потенциальных банкротов и не банкротов. При построении индекса Альтман исследовал 66 организаций, и 22 аналитических коэффициента, с помощью которых возможно было спрогнозировать несостоятельность организации. В итоге он выбрал пять коэффициентов и построил многофакторную регрессионную модель, которая представлена в формуле 3:

$$Z = 1,2 * X1 + 1,4 * X2 + 3,3 * X3 + 0,6 * X4 + 1,0 * X5 \quad (3)$$

где

X1 – собственный оборотный капитал / сумма активов;

X2 – нераспределенная прибыль / сумма активов;

X3 – прибыль до уплаты налогов / сумма активов;

X4 – рыночная стоимость собственного капитала / заемный капитал;

X5 – объем продаж (выручка) / сумма активов.

В 1983 году Альтман модифицировал свою модель для организаций, акции которых не торговались на рынке ценных бумаг. Модель представлена в формуле 4:

$$Z = 0,717 * X1 + 0,847 * X2 + 3,107 * X2 + 0,42 * X4 + 0,995 * X5 \quad (4)$$

где X4 – балансовая стоимость собственного капитала / заемный капитал.

Индекс Альтмана является широко распространенным. Но переноса зарубежную практику использования индекса возникают определённые трудности. Например, организации, которые имеют рентабельность выше определенной планки становятся неуязвимыми. Если использовать зарубежный опыт расчета индекса, где рентабельность организации подвергается большему воздействию

внешних факторов, то возникает вопрос о применении других параметров, что ставит под вопрос использование данной методики и объективность полученного результата.

Для корректной оценки и дальнейшего повышения конкурентоспособности организации разработано множество методов, которые могут применяться как по отдельности, так и в комплексе, что дает возможность подобрать наиболее эффективный и простой метод оценивания для каждой конкретной организации.

Каждая организация, выходя на рынок должна быть готова к конкурентной борьбе. Для этого следует проводить анализ деятельности, который покажет слабые стороны организации для их устранения, а также поможет к разработке новых стратегий, плана мероприятий по их реализации.

Для организации проблема повышения конкурентоспособности является одним из наиболее сложных и актуальных. Организации уделяют большое внимание анализу своих сильных и слабых сторон для оценки реальных возможностей и угроз в конкурентной борьбе и разработке мер и средств, за счет которых организации смогли бы повысить конкурентоспособность и обеспечить свой успех. Устойчивое повышение конкурентоспособности организации может быть обеспечено только при условии долгосрочного, непрерывного и поступательного совершенствования всех детерминантов конкурентоспособности.

Оценка конкурентоспособности организации – сложная многофакторная задача, которая сводится к определению наиболее значимых числовых показателей конкурентоспособности и их интегрированию, деятельности, финансового положения, эффективности инвестиций и т.д.

Конкуренция возрождает рынок, заставляет организации и поставщиков ресурсов должным образом удовлетворять желания потребителей, а также при вхождении в ту или иную отрасль новых организаций расширять производство и снижать цена на продукцию до уровня, соответствующего себестоимости продукции, принуждает организации к переходу на наиболее эффективные методы производства, обеспечивает условия, способствующие технологическому и социальному прогрессу.

Повышение конкурентоспособности позволяет развивающимся странам диверсифицировать свою деятельность, избавившись от зависимости от экспорта нескольких сырьевых товаров, и продвигаться по карьерной лестнице в области квалификации и технологий, что крайне важно для поддержания роста заработной платы и обеспечения большей экономии за счет масштаба и масштабов производства. Конкурентоспособность зависит не только от макроэкономических корректировок или природных ресурсов, но и от способности достигать высокой производительности за счет наиболее эффективного использования этих активов (людских ресурсов, капитала и материальных активов).

Конкурентный потенциал современной организации отражает у него способности формировать долгосрочные конкурентные преимущества. Конкурентный потенциал, с одной стороны, обеспечивает эффективную реализацию конкурентной стратегии, способствует сохранению или увеличению доли рынка и, таким образом, обеспечивает конкурентоспособность организации, с другой – создает условия для развития и улучшения конкурентных позиций организации и влияет на устойчивое конкурентное преимущество.

Способы повышения конкурентоспособности организации, следующие [6]:

- последовательное использование инноваций;

- поиск новых, более совершенных форм производимых товаров;
- выпуск продукции такого качества, которое соответствовало бы государственным и международным стандартам;
- реализация товаров в тех сегмента рынка, где предъявляются самые высокие требования к качеству и сервису;
- использование только высококачественного сырья;
- непрерывное обучение и переподготовка;
- повышение материальной заинтересованности работников и улучшение условий труда;
- проведение маркетинговых исследований с целью установления потребностей клиента;
- анализ конкурентов, для выявления их сильных и слабых сторон;
- поддержание связи с исследовательскими организациями и инвестирование в научные исследования, направленные на повышение качества продукции;
- использование наиболее эффективных рекламных компаний;
- регистрация своего товарного знака и использование фирменной продукции.

Используя эти методы, организация сможет не только повысить свою конкурентоспособность, но и укрепить свою финансовую устойчивость.

Финансового благополучия организации чаще всего достигают при более высоком конкурентном потенциале. Под конкурентоспособностью организации понимается потенциальная способность организации разрабатывать, производить, продавать и поддерживать конкурентоспособную продукцию в определенных сегментах рынка, т.е. продукцию, превосходящую по качественным и ценовым параметрам аналоги и пользующуюся более приоритетным спросом у потребителей.

Высокая конкурентоспособность организаций обусловлена наличием следующих трех критериев:

- потребители удовлетворены и готовы покупать продукцию этой организации снова (клиента возвращаются, а товары – нет);
- организации, акционеры, партнеры не имеют претензий к организации;
- рабочие гордятся своим участием в деятельности организации, посторонние считают огромной возможностью работать в этой организации.

Для того, чтобы стать конкурентоспособной организацией, необходимо:

- обеспечение конкурентоспособности продукции в целевых сегментах рынка (под конкурентоспособностью товара понимается оцениваемое потребителем свойство объекта превосходить в конкретный момент времени по качественным и ценовым характеристикам аналоги в определенном сегменте рынка, без ущерба для производителя);
- поднять потенциал конкурентоспособности организации и, следовательно, ее подразделений, до уровня мировых производителей в отрасли.

В быстро меняющейся конкурентной среде необходимо анализировать конкурентоспособность организации на фоне других участников этого сектора рынка. Это позволит получить информацию о том, что привлекает потребителей в продуктах или услугах данной организации, и в чем преимущества ее конкурентов. Анализ необходим, чтобы на этой основе можно было улучшить те моменты,

которые способствуют снижению конкурентоспособности. Соответственно, проведение этого анализа является жизненно важной частью любого бизнеса, так как незнание того, что нужно клиенту и какие конкурентные преимущества имеют конкуренты может привести к банкротству.

### **Литература**

1. Габриелян Б.В. «Конкуренция как фактор перспективного развития организации», Развитие бизнеса и финансового рынка в условиях цифровизации экономики // Материалы III Всероссийской научно-практической конференции, Волгоград, 2021.

2. Сучкова Е. А., Харламова И.Ю. Методы оценки конкурентоспособности организации // Молодой ученый. – 2020. – № 4 (294). – С. 156-159.

3. Болодурина В. А. Методы оценки конкурентоспособности предприятия // Экономические науки. 2015. № 11. С. 18–21

4. Сандитов М. Д., Шабькова Н. Э. Методы оценки конкурентоспособности предприятия // Проблемы и перспективы развития научно-технологического пространства России: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 11 июня 2020г.: Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2020.

5. Давыдова Г.В., Беликов А.Ю. Методика количественной оценки риска банкротства предприятий // Управление риском. – 2002. – № 3. – С. 13-20

6. Габибова, М. Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III Международной научной конференции (г. Москва, июнь 2015 г.). – Москва: Буки-Веди, 2015. – С. 85-87

### **References**

1. Gabrielyan B.V. “Competition as a factor in the prospective development of an organization”, Business and financial market development in the context of the digitalization of the economy // Proceedings of the III All-Russian Scientific and Practical Conference, Volgograd, 2021.

2. Suchkova E. A., Kharlamova I. Yu. Methods for assessing the competitiveness of an organization // Young scientist. - 2020. - No. 4 (294). - S. 156-159.

3. Bolodurina V. A. Methods for assessing the competitiveness of an enterprise // Economic sciences. 2015. No. 11. P. 18–21

4. Sanditov M. D., Shabykova N. E. Methods for assessing the competitiveness of an enterprise // Problems and prospects for the development of the scientific and technological space of Russia: a collection of scientific papers based on the materials of the International scientific and practical conference on June 11, 2020: Belgorod: LLC Agency for Perspective Scientific Research (APNI), 2020.

5. Davydova G.V., Belikov A.Yu. Methodology for quantitative assessment of the risk of bankruptcy of enterprises // Risk Management. - 2002. - No. 3. - S. 13-20

6. Gabibova, M. Sh. Ways to improve the competitiveness of an enterprise // Topical issues of economics and management: materials of the III International Scientific Conference (Moscow, June 2015). - Moscow: Buki-Vedi, 2015. - S. 85-87

*Поступила в редакцию 30 апреля 2023 г.*