

*Васильев А. И., канд. экон. наук, доцент, первый проректор Московского финансово-промышленного университета «Синергия», AVasilev@s-university.ru*

## Триада конкурентоспособности: ресурсы, процессы и результаты конкурентной деятельности

В статье на основании анализа научных статей и монографий по тематике конкурентоспособности описываются две важные теоретико-методологические проблемы науки и практики управления конкурентоспособностью предприятий.

Исследование современных научных подходов к оценке конкурентоспособности предприятия позволило выявить ошибочность отождествления конкурентоспособности и эффективности (рентабельности, результативности).

Автором подчеркивается двойственность категории «конкурентоспособность», что позволяет по-разному применять ее к оценке предприятия и ее продукции.

В работе показаны примеры того, как эти описанные теоретические проблемы отражаются на разрабатываемой учеными методологии оценки конкурентоспособности предприятий.

Для решения поставленных теоретико-методологических проблем автор предлагает использовать концептуальную триаду элементов конкурентоспособности: ресурсы, процесс и результаты конкурентной деятельности.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность предприятия, эффективность предприятия, рентабельность предприятия, конкурентоспособность продукции, методология оценки конкурентоспособности.

### Введение

В настоящее время теория и методология оценки конкурентоспособности предприятий и организаций страдает от проблемных зон, которые отмечают многими российскими учеными.

Р. А. Фатхутдинов описывает проблемы существующей теории управления конкурентоспособностью и конкуренцией: «Узкий» подход к управлению, редкое применение одновременно и комплексно маркетингового, системного, функционального, воспроизводственного, структурного и других научных подходов. Вследствие этого факторы конкурентоспособности редко подразделяются на внешние и внутренние, динамичные и статичные, наследственные и приобретенные, ресурсные и качественные и т. д. Не интегрируются политические,

правовые, экономические, технологические, информационные, социальные, организационные, психологические и другие факторы конкурентоспособности (методы конкуренции). Не интегрируются все стадии жизненного цикла объектов, начиная со стратегического маркетинга и заканчивая их утилизацией» [Фатхутдинов, 2007].

Г. Б. Клейнер пишет: «В экономической теории более активно, чем раньше, во внимание стали приниматься “силы инерции”, реализующие эволюционное развитие экономических объектов и систем во времени. ... Учет этих сил, действующих в экономическом пространстве, требует изменения базовых основ экономической теории. Мы вынуждены сменить многие парадигмы, на которых базируется современная экономическая теория, на которых базируются современные бизнес-рекомендации, и из-

бавиться от многих мифов, которыми «засорена» современная экономическая наука» [Клейнер, 2007].

Эти цитаты указывают на то, что теория и методология оценки конкурентоспособности хозяйственной деятельности организации не систематизированы, разобщены и проблематичны.

Цель данной статьи заключается в том, чтобы на основании анализа подходов к оценке конкурентоспособности, существующих в российской экономической и управленческой науке, выявить основные проблемные зоны и предложить концептуальное решение, которое бы способствовало устранению этих проблем.

А. И. Романова отмечает: «Определение конкурентоспособности предприятия представляет собой сложный процесс и требует привлечения ученых и высококвалифицированных специалистов в качестве экспертов. Особенно это важно при установлении количественных показателей, когда установить их расчетным путем не представляется возможным. Различные виды и уровни конкуренции определяют поиск разных способов укрепления предприятиями своих позиций на рынке и, соответственно, разработку стратегий адекватного реагирования на изменчивость рыночной среды».

В теории и методологии оценки конкурентоспособности существуют две проблемные зоны, очень хорошо проявляющиеся при ознакомлении с массивом научных статей и монографий по этой тематике. С учетом этого статья состоит из трех разделов и заключения. В первом разделе раскрывается проблематика неоправданного отождествления конкурентоспособности и эффективности (рентабельности, результативности), от которой страдает большинство научных работ российских ученых по оценке конкурентоспособности организаций. Во втором разделе рассматривается важная проблема двойственности категории «конкурентоспособности» — ее распространение одновременно на продукты

и на предприятия, и ее методологические последствия. В третьем разделе для устранения описанных проблемных зон предлагается использовать концептуальную триаду конкурентоспособности — ресурсы, процессы и результаты.

### **Конкурентоспособность и эффективность**

*Первая проблема* выражается в том, что большинство исследователей подменяют понятия конкурентоспособности и эффективности (или обратной ей — рентабельности) в своих исследованиях. Часто научная работа, цель которой заявлена как оценка конкурентоспособности, заканчивается формулами коэффициентов эффективности и рентабельности. В поле зрения исследователя попадают результаты и ресурсы конкурентной деятельности предприятия, и, разделив одно на другое, ученые приходят к противоречивым и не релевантным выводам.

В. Н. Киндеева пишет следующее: «В модели деловой среды «производитель — оптовый покупатель» конкурентные позиции товара для его производителя выступают первым классификационным признаком конкурентоспособности с позиции производителя. Наиболее информативным показателем этой позиции рекомендован показатель «рентабельность по себестоимости». ... Конкурентные позиции товара со стороны оптового покупателя выступают в качестве другого классификационного признака. Индикатором этой позиции выступала «рентабельность для оптового покупателя». ... Учет указанных признаков типологизации дал возможность для перекрестной классификации и построения матрицы, с помощью которой легко определить конкурентные позиции товара на сегменте рынка. Наиболее конкурентоспособный товар будет иметь самые большие значения данных показателей, которые мы берем за 100%. Значения показателей для других товаров будут

рассчитываться пропорционально соответствующим значениям товара-лидера. Поле матрицы можно разделить на девять секторов. При смещении позиции из нижней левой части поля в верхнюю правую часть поля матрицы происходит повышение уровня конкурентоспособности товара» [Киндеева, 2008]. Здесь концепция конкурентоспособности товара подменяется коэффициентом рентабельности, на основании сопоставления которого для конкурирующих товаров оформляется конкурентное поле и определяются конкурентные позиции товаров.

Как отмечает Р. А. Фатхутдинов: «Конкурентоспособность — это способность субъекта быть лидером на рынке, управлять своими конкурентными преимуществами, преимуществами управляемого объекта по достижению запланированных целей в соперничестве с конкурентами на конкретном рынке в данное время. Конкурентоспособность может быть стратегической (долгосрочной, на входе объекта или системы), тактической (краткосрочной, в процессе объекта) или оперативной (на рынке, в текущем времени). Конкурентоспособность может прогнозироваться и оцениваться у любого субъекта или объекта в любой форме, имеющего конкурента на глобальном (мировом), национальном или местном рынках. Главными инструментами повышения конкурентоспособности являются всеобщее повышение качества (прежде всего, качества различных процессов, качества принимающего решения) и активизация инновационной деятельности. Цель достижения конкурентоспособности — повышение эффективности управляемых объектов ради обеспечения эффективного воспроизводства народнохозяйственного комплекса, суверенитета страны и качества жизни населения» [Фатхутдинов, 2007]. Так, даже классик теории конкурентоспособности — Р. А. Фатхутдинов местами подменял концепцию конкурентоспособности идеей качества или подчинял ее целям повышения эффективности.

Представляется, что эти две концепции (эффективности и конкурентоспособности) взаимно обогащают друг друга, но было бы ошибкой ставить конкурентоспособность в подчинение целям повышения эффективности. Скорее, наоборот, эффективность / рентабельности отражают внутреннее свойство хозяйственной деятельности предприятия. Конкурентоспособность определяет внешнее свойство — рыночную успешность хозяйственной деятельности предприятия при сопоставлении с аналогичными данными конкурирующих организаций. В этом смысле повышение производительности труда, качества и эффективности хозяйственной деятельности следует рассматривать не как самоцели, а как средства повышения конкурентоспособности предприятия на внешних рынках.

### **Конкурентоспособность продукта и предприятия**

*Вторая проблема* выражается в том, что при анализе и оценке методологически и теоретически разделяют институциональную конкурентоспособность и конкурентоспособности товаров, работ, услуг. В единой теории конкурентоспособности показатели конкурентоспособности товаров увязаны с показателями конкурентоспособности фирмы исключительно математическими методами. Единственный случай, когда конкурентоспособность товаров связана с конкурентоспособностью фирмы, — это монопродуктовые фирмы, действующие на одном рынке.

Как отмечалось ранее [Васильев, 2017], конкурентоспособность в советской экономической науке изначально понималась как свойство, относящееся к результатам хозяйственной деятельности предприятий — к товарам, работам и услугам, и часто понималась как соответствие утвержденным стандартами показателям качественных характеристик. На сами предприятия конкурентоспособность распространялась

опосредованно, через конкурентоспособность продукции. В отдельных случаях, когда нет других данных и показателей, конкурентоспособность организации может оцениваться по показателям «конкурентности», успешности на рынке, которые определяются по конкурентоспособности товаров и услуг предприятия. Но в реальной действительности хозяйственной и управленческой практики конкурентоспособность предприятия не зависит от конкурентоспособности товаров и услуг, эффективности ее деятельности, а предопределяет их. Способность к действиям можно оценить по результатам действий, но способность к действиям не зависит от результатов этих действий. От результатов действий может зависеть оценка способности, но не сама способность.

Важнейшим аспектом методологии оценки институциональной и продуктовой конкурентоспособности является вопрос о выборе критериев оценки и набора показателей-индикаторов, отражающих это сложное, системное явление. В зависимости от того, как концептуально понимается сам феномен конкурентоспособности, исследователи предлагают разные теоретические критерии оценки конкурентоспособности и разные наборы индикаторов, которые, по их мнению, отражают эти критерии.

Как отмечает А. И. Романова: «Важная роль в оценке внутренней среды предприятия отводится отбору показателей, входящих в систему оценки и непосредственно характеризующих результаты его деятельности» [Романова, 2007].

Очевидно, что если исследование фокусируется на анализе и оценке конкурентоспособности фирмы в целом, то для такой работы будут предложены критерии и наборы показателей, отражающие интегральные, институциональные признаки и факторы конкурентоспособности. В таком случае исследователя будут больше интересовать общие финансовые показатели хозяйственной деятельности корпорации, а не показате-

тели конкурентоспособности фирмы на отдельных рынках и индикаторы конкурентоспособности отдельных продуктов корпорации.

В другом случае, если исследователя больше интересует конкурентоспособность конкретного продукта на четко определенном, региональном рынке, для такого исследования будут предложены совсем другие критерии и наборы показателей конкурентоспособности. Следовательно, важно понимать теоретический базис, который лежит в основании методологии, используемой для оценки конкурентоспособности предприятия.

А. И. Романова пишет следующее: «Начинать исследование и оценку конкурентоспособности предприятия следует с анализа состояния его места и роли в конкурентной среде. При этом важно знать не только долю рынка и занимаемых сегментов, но и происходящие в них изменения. Также необходимо четко представлять степень известности данного предприятия (отношения к нему потребителей, установить мотивы предпочтений при выборе того или иного производителя при покупке продукции, включая качество, уровень цен, дизайн, упаковку и т. д.). По результатам мониторинга проводится сопоставление показателей с аналогичными характеристиками конкурирующих субъектов и выполняются прогнозные расчеты на будущее. При широкой номенклатуре изделий необходимо весь ассортимент продукции разбить по товарным группам, основываясь на ряде критериев (вид продукции, упаковки, цена, класс и т. д.). Здесь также важно учитывать динамику этого показателя ... Для оценки конкурентоспособности предприятий, выпускающих широкий ассортимент продукции, можно использовать дезагрегированную модель с применением детализированных показателей, характеризующих каждую конкретную группу товаров. Это необходимо для определения места, занимаемого данной товарной группой (или отдельного изделия) в ряду представленной на рынке

аналогичной продукции» [Романова, 2007]. Таким образом, А. И. Романова определяет конкурентоспособность предприятия через интеграцию коэффициентов конкурентоспособности всех товарных групп предприятия.

Также В. Н. Киндеева, как было показано выше, предлагает рассчитывать показатель конкурентоспособности организации как средневзвешенную величину по показателям конкурентоспособности конкретных товаров на конкретных рынках [Киндеева, 2008].

Но если конкурентное преимущество фирмы обеспечивается за счет конкурентоспособного продукта, такое продуктовое преимущество нельзя назвать устойчивым, так как идея продукта, его качественное или ценовое конкурентное преимущество может быть заимствовано конкурентами, скопировано прямыми отраслевыми соперниками, имитировано и улучшено отраслевыми новичками.

Как отмечает В. С. Катькало, «конкурентная сила продуктов на рынке не синонимична устойчивому конкурентному преимуществу. Действительно, трудно сконструировать защиту уникальности любых методов минимизации издержек, обеспечения особых качественных характеристик продуктов либо фокусирования на отдельных сегментах рынка — все эти достижения довольно быстро могут быть скопированы соперниками, а экономические выгоды от них тут же улетучатся» [Катькало, 2011].

В связи с этим конкурентоспособность предприятия — это сложная, комплексная категория, не исчерпываемая полностью конкурентоспособностью продукции предприятия. Для достижения высокого уровня конкурентоспособности фирмы недостаточно иметь конкурентоспособный продукт.

### Три сферы конкурентоспособности

Эти две проблемы (подмена конкурентоспособности эффективностью / рентабельностью и разделение на институциональную

и продуктовую конкурентоспособность) могут быть решены четким концептуальным изменением объекта оценки конкурентоспособности. Следует оценивать конкурентоспособность не продукции, и не предприятия, а самой конкурентной деятельности предприятия по созданию и распределению продукта. Если в фокусе оценки конкурентоспособности оказывается не объект, не субъект, а совокупность действий — конкурентная деятельность по передаче свойства конкурентоспособности от субъекта конкурентной деятельности на ее продукт, тогда концептуально обеспечивается связь обоих элементов системы оценки конкурентоспособности объекта с субъектом — образовательной организации и результатов ее деятельности (образовательных услуг и научно-исследовательских работ).

Итак, объект конкурентоспособности определен как конкурентная деятельность образовательных организаций высшего образования.

Следующим шагом является разделение всей системы конкурентной деятельности на ресурсы конкурентной деятельности; конкурентные действия и процессы распоряжения и пользования ресурсами; и результаты конкурентной деятельности. Так происходит различение оценки ресурсов и оценки результатов конкурентной деятельности, с их последующим синтезом в процессе оценки совершения конкурентных действий, что выражается в последовательном определении индикаторов конкурентоспособности ресурсов, конкурентоспособности результатов и конкурентоспособности процессов совершения конкурентных действий. Поэтому здесь и далее будут рассмотрены эти три сферы оценки конкурентоспособности образовательных организаций системы высшего образования.

Конкурентоспособность деятельности образовательных организаций высшего образования оценивается в трех сферах конкуренции:

- сфера достижения *результатов* конкурентной деятельности;
- сфера использования *ресурсов* конкурентной деятельности;
- сфера оптимизации конкурентной деятельности в образовательном пространстве (бизнес-процессов выполнения конкурентных *действий*).

Составляющими коэффициентов эффективности / рентабельности являются показатели затрат, то есть ресурсов, и показатели прибыли / выручки, то есть финансовых результатов хозяйственной деятельности. Эти показатели будут разделены, разъединены из этой формулы, разными наборами индикаторов конкурентоспособности ресурсов и конкурентоспособности результатов предпринимательской деятельности. Соответственно, с одной стороны, конкурентоспособность может быть идеей, предшествующей и обосновывающей оценку эффективности тем, что предстоит определению эффективности, что наборами показателей конкурентоспособности формирует критерии эффективности хозяйственной деятельности. Эффективности можно будет выразить через отношение коэффициента конкурентоспособности результатов к коэффициенту конкурентоспособности ресурсов конкурентной деятельности. С другой стороны, сравнение коэффициентов эффективности конкурирующих организаций также может послужить определением показателя относительной эффективности, имеющей конкурентный контекст.

Также вторая проблема может быть решена с помощью разделения на ресурсы, результаты и конкурентные действия, таким образом, что конкурентоспособность товаров будет определяться через конкурентоспособность результатов деятельности организации, конкурентоспособность организации будет определяться через все три слагаемых конкурентоспособности: результаты, ресурсы, и действия.

Конкурентные преимущества организации могут базироваться не только в ресурс-

ном потенциале организации, но и в способности управлять конкурентными действиями и процессами использования имеющихся ресурсов.

В связи с этим важно выделять результирующую часть, ресурсную часть и процессную часть конкурентной деятельности организации. Эти критерии оценки конкурентоспособности существуют в реальном пространстве. Таким образом, в результате оценки конкурентоспособности организации использованием этих концептуально разных критериев появляются неодинаковые итоговые показатели.

## Заключение

Итак, выделяются три критерия оценки конкурентоспособности организации.

Первый критерий конкурентоспособности организации — конкурентоспособность результатов ее конкурентной деятельности. Например, конкурентоспособность результатов конкурентной деятельности полностью выражается в оценках конкурентоспособности продукции или клиентского сервиса, рыночного предложения, а также цены реализации.

Вторым критерием конкурентоспособности предприятия является конкурентоспособность ресурсов. Когда у организации много денежных средств и финансовых возможностей, она обладает ресурсными конкурентными преимуществами по сравнению с теми организациями, у которых нет таких возможностей и которые озабочены тем, как их обеспечить.

Третий критерий — конкурентоспособность процессов преобразования ресурсов в результаты, конкурентоспособность конкурентных действий. Плохой менеджмент ресурсов, некомпетентный генеральный директор могут свести на нет наличие ресурсного конкурентного преимущества и привести к отсутствию конкурентоспособных результатов.

## Список литературы

1. Васильев А. И. Конкуренция и конкурентоспособность: проблема взаимосвязи // Современная конкуренция. 2017. Т. 11. № 5 (65). С. 130–139.
2. Воронов Д. С. Сравнительная оценка конкурентоспособности компаний частного и государственного сектора экономики Российской Федерации // Современная конкуренция. 2017. Т. 11. № 5 (65). С. 46–64.
3. Каткало В. С. Эволюция теории стратегического управления. СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента»; Издат. дом. СПбГУ, 2011. — 548 с.
4. Киндеева В. Н. Динамическая оценка конкурентоспособности в условиях деловой среды организации // Современная конкуренция. 2008. № 3 (09). С. 78–87.
5. Клейнер Г. Б. Микроэкономика знаний и конкурентоспособность предприятий // Современная конкуренция. 2007. № 3 (3). С. 128–131.
6. Коваленко А. И. Теоретические и методологические аспекты использования концепции «конкурентоспособности» в научных исследованиях // Современная конкуренция. 2013. № 6 (42). С. 65–79.
7. Романова А. И. Конкурентоспособность предприятия: методы оценки, стратегии повышения // Современная конкуренция. 2007. № 5 (5). С. 78–84.
8. Рубин Ю. Б. Конкуренция в предпринимательстве. М.: Университет «Синергия», 2018. — 912 с.
9. Фатхутдинов Р. А. Концепция новой теории управления конкурентоспособностью и конкуренцией // Современная конкуренция. 2007. № 1 (1). С. 73–86.
10. Competition, 2007, no. 1, pp. 73–86 (in Russian, abstr. in English).
11. Katkalo V. S. *Evolutsiya teorii strategicheskogo upravleniya* [The Evolution of strategic management theory]. Saint-Petersburg, Publishing house of the St. Petersburg State University, 2011, 548 p. (in Russian, abstr. in English).
12. Kindeeva V. N. Competitiveness level assessment changes in the business environment. *Journal of Modern Competition*, 2008, no. 3, pp. 78–87 (in Russian, abstr. in English).
13. Kleiner G. Microeconomics of knowledge and competitiveness of enterprises. *Journal of Modern Competition*, 2007, no. 3, pp. 128–131 (in Russian, abstr. in English).
14. Kovalenko A. I. Theoretical and methodological aspects of application the concept of «Competitive ability» in scientific researches. *Journal of Modern competition*, 2013, vol.7, no. 6 (42), pp. 65–79 (in Russian, abstr. in English).
15. Romanova A. I. Business competition: assessment methodology, competitiveness level improvement strategies. *Journal of Modern competition*, 2007, no. 5, pp. 78–84 (in Russian, abstr. in English).
16. Rubin Yu. *Konkurentsya v predprinimatel'stve* [Competition in Entrepreneurship]. Moscow, Synergy University, 2018, 912 p.
17. Vasilev A. I. Competitiveness and competition: the problem of interrelationship. *Journal of Modern Competition*, 2017, vol. 11, no. 5 (65), pp. 130–139 (in Russian, abstr. in English).
18. Voronov D. S. Comparative evaluation of the competitiveness of companies in the private and public sector of economy of the Russian Federation. *Journal of Modern competition*, 2017, vol. 11, no. 5 (65), pp. 46–64 (in Russian, abstr. in English).

## References

1. Fatkhutdinov R. Competitiveness and Competition Management: The New Theory Concept. *Journal of Modern*

A. Vasilev, MFPU «Synergy», Moscow, Russia, AVasilev@s-university.ru

### Triad of competitiveness: resources, processes and results of competitive activities

Article describes two important theoretical and methodological problems of science and practice of enterprise competitiveness management, based on the analysis of scientific articles and monographs on competitiveness. The study of modern scientific approaches to assessing the competitiveness of the enterprise made it possible to clearly identify the error of identification: competitiveness and efficiency (profitability, effectiveness). The article emphasizes the duality of the category «competitiveness», which allows to apply it differently to the assessment of the enterprise and its products. The article shows examples of how these described theoretical problems are reflected in the methodology, developed by scientists to assess the competitiveness of enterprises. To solve these theoretical and methodological problems, the author suggests using the conceptual triad of competitiveness: resources, process and results of competitive activity.

**Keywords:** enterprise competitiveness, enterprise efficiency, enterprise profitability, product competitiveness, competitiveness assessment methodology.

**About author:** A. Vasilev, PhD in Economics, Associate professor

**For citation:** Vasilev A. Triad of competitiveness: resources, processes and results of competitive activities. *Journal of Modern Competition*, 2018, vol. 12, no. 4(70)–5(71), pp. 75–81 (in Russian, abstr. in English).