

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО ПОДХОДА К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

О.В. Ямова, В.В. Ефремова

Тюменский индустриальный университет, г. Тюмень, Российская Федерация

При переходе к цифровой экономике актуализируется роль количественной оценки конкурентоспособности предприятия. С развитием экономических процессов, вовлечением нашей страны в мирохозяйственные связи, резким ускорением научно-технического прогресса конкурентоспособность предприятия признается многомерным понятием и требует измерения. В этой связи целью исследования стало совершенствование методического подхода к оценке конкурентоспособности предприятия в условиях цифровой экономики. Для реализации поставленной цели исследован феномен конкурентоспособности, а также выполнен сравнительный анализ подходов. В эмпирической части исследования проверен один из методических подходов, выбранных в ходе сравнения, и представлено критическое понимание возможности получения адекватных результатов с учетом реалий современной цифровой экономики. Исходя из полученных данных, поставлена и проверена гипотеза о том, что для более точной оценки конкурентоспособности предприятия необходимо включение в оценку таких факторов, как инновационная активность и уровень использования информационно-коммуникационных технологий в производственно-сбытовой деятельности. Проведен тестовый расчет показателей конкурентоспособности согласно базовому и скорректированному методическому подходу для промышленно-торгового предприятия. Получен вывод: для будущих оценок конкурентоспособности предприятий требуются дополнительные факторы, которые должны быть включены в интегральные показатели, а более точная и многоаспектная оценка конкурентной позиции предприятия на рынке будет способствовать разработке и принятию своевременных и грамотных управленческих решений. Эти факторы влекут за собой инновации и потенциал НИОКР, которые являются ключевыми компонентами, способствующими развитию ведущих секторов экономики. Для успешного ведения конкурентной борьбы предприятию необходимо совершенствовать бизнес-процессы с ориентацией на внедрение в свою деятельность лучших практик лидеров рынка, стараться максимально учитывать пожелания клиентов, проводить грамотную ассортиментную и ценовую политику, максимально вовлекать территориальные ресурсы места размещения, поддерживать позитивный имидж предприятия и активно использовать доступные на сегодняшний день возможности интернет-пространства и информационных технологий.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, цифровая экономика, инновации, инновационная активность, информационно-коммуникационные технологии

Ссылка при цитировании: Ямова О.В., Ефремова В.В. Совершенствование методического подхода к оценке конкурентоспособности предприятия в условиях цифровой экономики // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2019. Т. 12, № 3. С. 47–59. DOI: 10.18721/JE.12304

IMPROVEMENT OF METHODOLOGICAL APPROACH TO ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN DIGITAL ECONOMY

O.V. Yamova, V.V. Efremova

Tyumen industrial University, Tyumen, Russian Federation

The role of quantitative assessment of competitiveness of enterprises becomes particularly important in transition to a digital economy. With the evolving economic processes, as our country is becoming involved in global economic relations, accompanied by sharp acceleration of scientific and technological progress, the competitiveness of an enterprise is recognized as a multidimensional concept and requires measurement. In this regard, the purpose of the study was to improve the methodological approach to assessing the competitiveness of enterprises in the digital economy. To achieve this goal, the competitiveness phenomenon was studied, and a comparative analysis of approaches was performed. One of the methodological approaches chosen during the comparison was tested, and a critical understanding of the possibility of obtaining adequate results, taking into account the realities of modern digital economy, was presented in the empirical part of the study. Based on the data obtained, we have formulated and tested the hypothesis that such factors as innovation activity and the level of use of information and communication technologies in production and sales activities should be included for more accurate assessment of the competitiveness of an enterprise. A test calculation of competitiveness indicators was carried out according to the basic and adjusted methodological approaches for an industrial and commercial enterprise. It was concluded that future assessments of competitiveness of enterprises require additional factors that should be included in integral indicators, and more accurate and multidimensional assessment of the competitive position of the enterprise in the market contributes to development and adoption of timely and competent management decisions. These factors entail innovation and the potential of R&D, which are the key components contributing to development of leading sectors of economy. In order to successfully compete, an enterprise needs to improve business processes with a focus on introducing best practices of market leaders into its activities, try to maximally take into account the wishes of customers, pursue a competent assortment and pricing policy, maximize the territorial resources of the location, maintain a positive image of the enterprise and actively use the opportunities of Internet and information technology available today.

Keywords: enterprise competitiveness, digital economy, innovations, innovation activity, information and communication technologies

Citation: O.V. Yamova, V.V. Efremova, Improvement of methodological approach to assessing the competitiveness of enterprises in digital economy, St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics, 12 (3) (2019) 47–59. DOI: 10.18721/JE.12304

Введение. Предприятие, поддерживающее на постоянной основе свой уровень конкурентоспособности, обеспечивает тем самым более высокий уровень прибыли и рентабельности, достигая устойчивого функционирования на рынке. В современных условиях перехода к цифровой экономике вопросы количественной оценки конкурентоспособности предприятия не теряют своей актуальности, что требует исследования

как самого феномена конкурентоспособности, так и различных методологических подходов к ее оценке.

Первые два десятилетия XXI в. характеризовались ускоренным развитием цифровых технологий, обусловленным процессами информационной революции и глобализации экономики. Если первая волна была связана, в первую очередь, с автоматизацией существующих техноло-

гий и бизнес-процессов, то вторая предполагала распространение мобильной связи, интернета, социальных сетей. Смартфоны обусловили стремительный рост потребительских цифровых технологий. Цифровая экономика стала фактором, кардинально преобразовавшим прежние модели отраслевых рынков, повысившим конкурентоспособность участников рынка, что создало потребность в пересмотре методических подходов к оценке конкурентоспособности предприятия.

Исходя из этого, целью исследования стало совершенствование методического подхода к оценке конкурентоспособности предприятия в условиях цифровой экономики.

Постановка проблемы и гипотеза исследования. В связи с тем, что конкурентоспособность предприятия является емкой экономической величиной, оценка уровня конкурентоспособности предприятия требует учета всех необходимых ее компонентов, а следовательно, представляет собой достаточно сложную и трудоемкую работу. При этом, несмотря на всю практическую значимость данной экономической категории и, казалось бы, интуитивного понимания ее сущности, на сегодняшний день общепринятого определения конкурентоспособности предприятий не выработано. Отечественные исследователи предлагают различные трактовки понятия «конкурентоспособность предприятия», дополняя его различными аспектами и нюансами. Рассмотрим основные подходы к его определению.

В широком смысле слова конкурентоспособность предприятия может быть определена через способность двигаться к достижению собственных целей в условиях встречного противодействия со стороны конкурентов. В ряде источников конкурентоспособность предприятия определяется как его преимущество по отношению к другим предприятиям той же отраслевой принадлежности как внутри страны, так и вне ее пределов.

С развитием экономических процессов, вовлечением нашей страны в мирохозяйственные связи, резким ускорением научно-технического прогресса конкурентоспособность предприятия

признается многомерным понятием, что находит свое отражение в попытках дать определение ее сущности [1–3]. В современных условиях конкурентоспособность предприятия, являясь интегральным понятием, объединяет в себе не только конкурентоспособность продукции (включая упаковку, уровень сервиса, особенностей поставки, консультационного сопровождения и т. п.), но может быть дополнена такими характеристиками, как конкурентоспособность располагаемых ресурсов, конкурентоспособность менеджмента, конкурентоспособность предпринимательской идеи как таковой, т. е. экономическая целесообразность и перспективность того или иного вида деятельности [4].

В связи с изменением экономических реалий должны трансформироваться и подходы к измерению конкурентоспособности предприятия, в связи с чем выдвинута гипотеза исследования, предполагающая, что более точной оценке конкурентоспособности предприятия будет способствовать включение в модель оценки таких факторов, как инновационная активность и уровень использования информационно-коммуникационных технологий в производственно-сбытовой деятельности.

Методика исследования. Учитывая многоаспектность и многомерность самого явления конкуренции, возможно, следует считать целесообразным отсутствие единого определения конкурентоспособности предприятия и признать различные авторские трактовки данного понятия. Но тут возникает другая проблема: отмеченное многообразие понятий порождает разнообразие предлагаемых методических подходов для определения факторов конкурентных преимуществ, а также для оценки конкурентоспособности предприятия, уровень которой представляет собой относительный показатель, отражающий положение хозяйствующего субъекта на том или ином рынке или же на его сегментах, измеренный в определенный период.

Основные методические подходы к оценке конкурентоспособности предприятия, описанные в трудах отечественных и зарубежных исследователей, представлены в табл. 1.

Таблица 1

Основные методические подходы к оценке конкурентоспособности предприятия

The main methodological approaches to assessing the competitiveness of the enterprise

Подход	Содержание
Продуктово-рыночный	В основе подхода лежит маркетинговая оценка операционной деятельности предприятия и рыночная позиция производимого им продукта. Результатом применения подхода является идентификация конкурентного положения предприятия с учетом стадии его жизненного цикла
Равновесный	Подход основан на предположении о том, что все факторы производства являются равноценными с точки зрения их вклада в экономический результат и задействованы полностью, что исключает возможность получения дополнительной прибыли ввиду невозможности увеличения процента загрузки соответствующего фактора производства. Источником конкурентоспособности является тот фактор производства, который не задействован в полной мере, в связи с чем практическое применение данного подхода сводится к изысканию резервов повышения производительности за счет эндогенных факторов
Оценка на основе конкурентной ситуации в отрасли (структурно-функциональный подход)	Конкурентоспособность предприятия оценивается с позиции принадлежащей ему рыночной доли, способности оказывать определяющее воздействие на спрос и предложение, потенциала извлечения выгод монопольного присутствия на рынке (включая оценку значимости входных барьеров для потенциальных новых участников отрасли). Корректировка оценки конкурентоспособности, основанной на выгодах монополизации, осуществляется с использованием функционально-стоимостного анализа, традиционных и передовых методик оценки эффективности и результативности финансово-хозяйственной деятельности, отдачи от основных средств и иных активов, и т. д.
Оценка на основе сравнительного преимущества (лидерство по издержкам)	Уровень конкурентоспособности предприятия определяется в рамках данного подхода относительной себестоимостью выпуска продукции и наличием потенциала ее снижения в рамках текущей модели технологической организации производственного процесса
Оценка на основе индексов качества продукта	В рамках данного подхода конкурентоспособность компании поставлена в зависимость от сравнительной востребованности ее продукта и продуктов других участников рынка, интегрируемой в индексы оценки качества, отражающие предпочтения потребителей и данную ими оценку качества продукции. Основным в рамках подхода является предположение о том, что рациональный потребитель будет предъявлять спрос на более качественную продукцию даже в обмен на несколько более высокую цену
Экспертная оценка	Для оценки конкурентоспособности предприятия используют опрос экспертов, которым предлагается структурированный перечень характеристик оцениваемого предприятия, по которым эксперт должен выставить мотивированную оценку по заданной шкале с учетом известных ему сведений о состоянии рынка в целом и о ключевых его участниках. Результатом применения данного подхода является конкурентный профиль предприятия, который позволяет наглядно представить результаты оценки и обозначить сферы деятельности, требующие управленческого воздействия
Профиль полярностей	Основу подхода формирует оценка относительного отклонения параметров финансово-хозяйственной деятельности, рыночного положения, качества продукции предприятия от ближайшего или крупнейшего конкурента, т. е. формализация критериальных оценок SWOT-анализа

Рассмотрев имеющееся многообразие методических подходов к оценке конкурентоспособности предприятия, следует отметить, что для удобства и ценности практического его исполь-

зования методический подход должен отвечать ряду требований:

– отражать ключевые факторы конкурентоспособности в современных экономических условиях;

- обеспечивать простоту расчетов и экономической интерпретации полученных оценочных значений;
- не вызывать затруднений при определении значений отдельных показателей, входящих в итоговый показатель конкурентоспособности предприятия;
- исключать лишний субъективизм в расчетах значениях.

Ориентируясь на выполнение вышеобозначенных требований, особого внимания заслуживает коэффициентный способ оценки конкурентоспособности предприятия В.Л. Белоусова [5]. Суть его заключается в расчете определенных коэффициентов, характеризующих эффективность применения отдельных элементов комплекса маркетинга в сочетании с финансовыми показателями деятельности предприятия. В этом случае итоговый показатель маркетингового тестирования конкурентоспособности ($K_{\text{мтк}}$) получается как средняя арифметическая величина вышеперечисленных коэффициентов:

$$K_{\text{мтк}} = \frac{K_{\text{р.д.}} + K_{\text{п.п.}} + K_{\text{и.о.п.}} + K_{\text{у.ц.}} + K_{\text{сб.}} + K_{\text{р.д.}}}{6}, \quad (1)$$

где $K_{\text{р.д.}}$ – коэффициент рыночной доли, который показывает сегмент рынка, занимаемый предприятием, и определяется удельным весом объема продаж рассматриваемого предприятия в общем объеме продаж определенного продукта на рынке (или его сегменте); $K_{\text{п.п.}}$ – коэффициент предпродажной подготовки, характеризующий усилия предприятия к росту конкурентоспособности за счет проведения предпродажной работы по подготовке товаров; $K_{\text{и.о.п.}}$ – коэффициент изменения объема продаж, отражающий рост или сокращение уровня конкурентоспособности предприятия из-за изменения объема продаж и определяемый как статистический показатель ряда динамики; $K_{\text{у.ц.}}$ – конкурентоспособность по цене, которая характеризуется коэффициентом уровня цен, отражающим рост или сокращение уровня конкурентоспособности предприятия из-за изменения цен на продукт, и рассчитывается как соотношение суммы минимальной и максимальной цен товара на рынке к удвоенной цене

товара, установленной предприятием, являющимся объектом оценки; $K_{\text{сб.}}$ – конкурентоспособность по параметру, отражающему доведение продукта до потребителя и учитывающему динамику совокупности затрат, связанных с функционированием системы сбыта, которые понесло предприятие на протяжении отчетного периода; $K_{\text{р.д.}}$ – конкурентоспособность по критерию продвижения продукта, который определяется на основе расчета коэффициента рекламной деятельности, сопоставляющего затраты на рекламную деятельность на начало и конец отчетного периода соответственно.

Кроме этого для измерения полной конкурентоспособности предприятия целесообразно учитывать общие финансовые коэффициенты, определяемые на базе анализа совокупных активов и обязательств предприятия за отчетный период. Для определения конкурентоспособности предприятия можно ограничиться оценкой структуры баланса по коэффициентам текущей ликвидности и обеспеченности собственными средствами.

Интегральный показатель конкурентоспособности предприятия определяется как произведение коэффициентов маркетингового тестирования конкурентоспособности, обеспеченности собственными средствами и текущей ликвидности. Согласно дифференциации итоговых значений коэффициента конкурентоспособности все предприятия подразделяются на различные группы:

- «рыночные лидеры» – интервал значений от 9 и выше;
- «рыночные претенденты» – интервал значений 3,1 до 9;
- «рыночные последователи» – интервал значений от 0,1 до 3;
- «заяввшие рыночную нишу» – интервал значений от 0 до –6,9;
- «предприятия-банкроты» – диапазон значений от –7 до –10.

Описанный методический подход был применен для оценки конкурентоспособности промышленно-торгового предприятия. Результаты расчетов представлены на рис. 1.

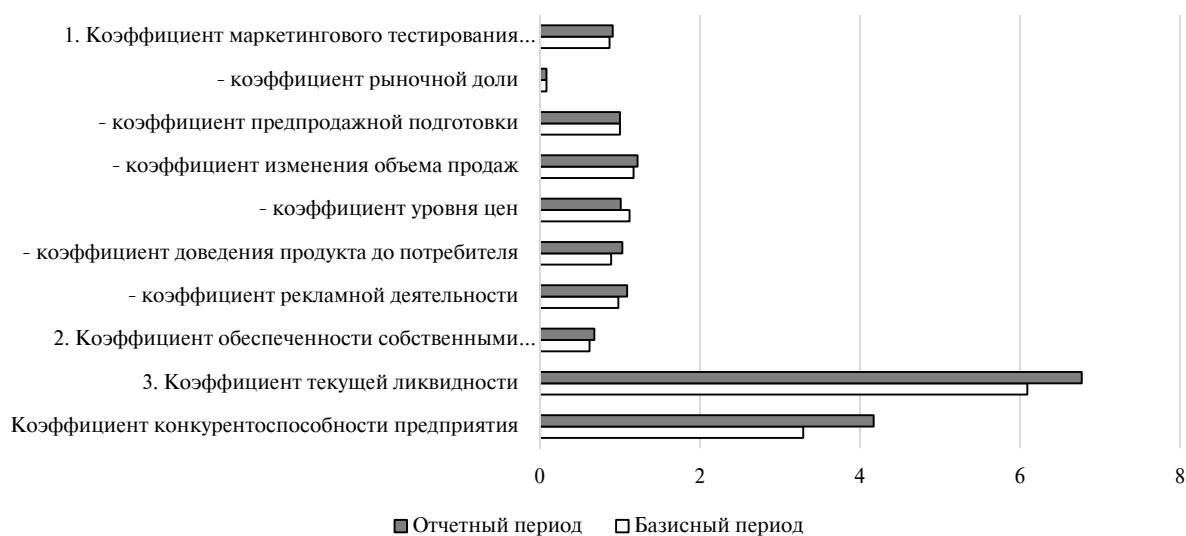


Рис. 1. Показатели конкурентоспособности промышленно-торгового предприятия
Fig. 1. Indicators of competitiveness of industrial and commercial enterprises

Анализируя данные рис. 1, можно отметить, что за отчетный год конкурентоспособность исследуемого предприятия незначительно возросла. В основном это было достигнуто за счет роста объемов реализации товаров, увеличения расходов на функционирование системы сбыта и рекламную деятельность. При расчетном значении коэффициента конкурентоспособности, равном 3,29 в базисном году и 4,17 в отчетном году, предприятие можно отнести к группе предприятий-претендентов на рыночное лидерство.

Несмотря на ряд кризисных тенденций, наблюдавшихся в последнее время, исследуемому хозяйствующему субъекту удалось улучшить свои позиции на рынке и закрепиться в секторе претендентов на роль лидера, отдаляясь от нижнего уровня предприятий-последователей. Имея в наличии данные о конкурентных позициях, предприятие способно определять свои преимущества и проблемные места, а также определять верную стратегию и тактику поведения, соответствующую реальному состоянию рынка [6, 7].

Отмечая ряд практических достоинств, присущих описанному выше коэффициентному подходу, следует сказать, что в условиях современной экономики появились дополнительные факторы конкурентоспособности, которые остались неучтенными в описанной оценочной мо-

дели [8, 9]. Следовательно, возникает необходимость адаптации коэффициентного подхода к оценке конкурентоспособности предприятия к современным экономическим условиям.

Прежде всего, речь идет об инновационной деятельности, которая сегодня стала ключевым условием развития ведущих отраслей экономики. В настоящее время масштабное внедрение инновационных разработок в хозяйственной деятельности является одним из ключевых источников повышения уровня конкурентоспособности и поступательной экономической динамики.

На современном этапе конкурентоспособность предприятий во многом зависит от уровня развития инновационной деятельности. Ее основным преимуществом является то, что она дает возможность предприятиям эффективно функционировать в условиях жесткой конкурентной среды, позволяет адаптировать производства к трансформирующемуся спросу со стороны предприятий и предпочтениям населения, стимулирует активное внедрение достижений научно-технического прогресса.

Инновационные технологии могут оказывать существенное влияние на конкурентные позиции предприятий и отраслей следующим образом:

- формируя новые конкурентные преимущества предприятия (например, обновление ассор-

тимента и номенклатуры продукции, снижение себестоимости продукции, введение новых прогрессивных принципов управления и т. п.);

- прививая потребителю новые потребности, создающие конкурентные преимущества на отдаленную перспективу;
- создавая барьеры для входа новых предприятий на рынок (например, изменение требования к объему первоначального капитала, несоответствие новых и старых технологических стандартов);
- изменяя структуру затрат и рамки традиционно сложившихся отраслей;
- создавая условия для технического перевооружения и модернизации производства;
- придавая импульс для дальнейшей интенсификации процессов исследований и разработок.

Основными факторами поддержания требуемого уровня конкурентоспособности предприятия в текущих условиях является следующее:

- лидерство в технико-технологическом, структурном и маркетинговом плане при эксплуатации имеющихся в наличии ресурсов;
- эффективное применение инструментов, направленных на повышение спроса на продукцию, производимую предприятием;
- способность менеджмента оперативно подстраиваться под происходящие изменения, в том числе с учетом высокой неопределенности;
- оптимизация соотношения между себестоимостью и качеством продукции;
- государственная политика, направленная на защиту рынка от недобросовестной конкуренции или поддержку товаропроизводителей.

Другим фактором конкурентоспособности предприятий, наиболее ярко проявляющим себя в современных условиях, являются информационно-коммуникационные технологии (ИКТ). Качество, своевременность и точность имеющейся в распоряжении информации определяют способность умело воспользоваться конкурентными преимуществами, а также влияют на эффективность внедрения инноваций. Сегодня конкурентоспособность предприятия определяется в значительной степени его информационной вооруженностью.

Чтобы быть конкурентоспособным в условиях цифровой экономики, современному предприятию необходим переход на цифровое производство. Взаимосвязь экономической и производственной деятельности очевидна и требует информационной поддержки бизнес-процессов предприятия, их контроля и оценки. Информационная поддержка должна обеспечивать эффективную оценку в оперативном режиме на всех уровнях управления, что позволит в дальнейшем своевременно реагировать на отклонения от плановых значений и приведет к снижению себестоимости, сокращению жизненного цикла изготовления изделий и повышению его качества и, как следствие, повышению уровня конкурентоспособности в современных условиях.

Информация превращается в источник принятия правильного решения, а технологии обработки, хранения, передачи информации сегодня представляют из себя наиболее эффективные инструменты, повышающие конкурентоспособность предприятия. Современные ИКТ предоставляют конкурентные преимущества за счет повышения качества и скорости принятия бизнес-решений, ускорения процесса предоставления товаров и услуг, повышения качества обслуживания клиентов, существенного преобразования бизнес-процессов.

Необходимость цифровизации предпринимательских структур обусловлена требованием формирования цифровой экономики, предъявляемым на современном этапе институциональной структурой трансформационного общества. Цифровые активы в распоряжении предпринимательских структур обеспечивают, таким образом, дополнительное конкурентное преимущество, а сам уровень конкурентоспособности предприятия находится в прямой зависимости от уровня его цифровизации. Тем не менее, крупные предпринимательские структуры, в основании которых лежат традиционные технологии, находятся в опасной ситуации, так как цифровизация представляет для них серьезную угрозу в виде потери конкурентоспособности при сохранении традиционного технологи-

ческого инструментария. Операционная модель деятельности предприятий меняется под воздействием цифровых технологий, эффективность затрат возрастает, выявляются новые возможности на рынке. Все более активное использование инструментария анализа больших данных характерно сегодня даже для традиционных отраслей, что позволяет получать новые знания и обеспечивать принятие эффективных управленческих решений [1].

Современная постиндустриальная экономика характеризуется высокими темпами развития информационно-коммуникационных технологий, ускорением научно-технического прогресса, ростом расходов на НИОКР, внедрением инноваций в производство. Как следствие, конкурентоспособность предприятия на рынке находится в зависимости от скорости внедрения им новейших достижений и научно-технических решений, развития передовых технологий, эффективности инновационных и информационно-коммуникационных процессов.

Учитывая реалии экономической ситуации [10–12], предлагается дополнить базовую коэф-

фициентную модель оценки конкурентоспособности предприятия двумя факторами: инновационной активностью и уровнем использования ИКТ в производственно-сбытовой деятельности (рис. 2).

Расчет коэффициента маркетингового тестирования конкурентоспособности дополнен пятым блоком «Конкурентоспособность по ИКТ», выражающегося в определении коэффициента использования информационно-коммуникационных технологий.

Коэффициент использования информационно-коммуникационных технологий $K_{ИКТ}$ отражает возможность повышения конкурентоспособности предприятия за счет использования современных ИКТ в производственно-сбытовой сфере.

$$K_{ИКТ} = \frac{K_{иоп} Z_{кп}^{ИКТ}}{Z_{нп}^{ИКТ}}, \quad (2)$$

где $Z_{нп}^{ИКТ}$, $Z_{кп}^{ИКТ}$ – затраты на информационные и коммуникационные технологии на начало и конец отчетного периода соответственно.



Рис. 2. Адаптированная модель коэффициентной оценки конкурентоспособности предприятия
 Fig. 2. Adapted model of the coefficient assessment of enterprise competitiveness

Затраты на ИКТ могут представлять собой фактические расходы, понесенные предприятием и связанные с закупкой вычислительной техники и программного обеспечения, оплатой связи, обучением сотрудников в сфере ИКТ, оплатой услуг, предоставляемых сторонними предприятиями, прочими расходами на ИКТ, выраженными в денежной форме. В том числе к затратам на ИКТ можно отнести и иные виды затрат, в том числе и затраты предприятия на разработку программного обеспечения за счет собственных ресурсов. К данной категории затрат могут быть отнесены расходы на создание и поддержание работы интернет-сайта предприятия.

В случае отсутствия затрат на информационно-коммуникационные технологии в дальнейших расчетах данный показатель принимается равным единице.

Соответственно, расчет коэффициента маркетингового тестирования конкурентоспособности продукции будет выглядеть следующим образом:

$$K_{\text{мт}} = \frac{K_{\text{рд}} + K_{\text{пп}} + K_{\text{иоп}} + K_{\text{уц}} + K_{\text{сб}} + K_{\text{рд}} + K_{\text{икт}}}{7}. \quad (3)$$

В адаптированной модели расчет интегрального коэффициента конкурентоспособности предполагает определение инновационной активности на основе учета активности предприятия в части НИОКР. В отечественной и зарубежной практике применяют целый ряд показателей, характеризующих инновационную активность предприятия и ее инновационную конкурентоспособность.

Ввиду нецелесообразности включения в модель по одному направлению большого числа показателей, предлагается определение активности предприятия в сфере НИОКР производить на основе удельных затраты на НИОКР в объеме продаж, которые характеризуют показатель наукоемкости продукции предприятия.

Сегодня к НИОКР относятся разработки, связанные не только с созданием принципиально новой или усовершенствованием уже производимой продукции (технологии), но и с усовершенствованием методов предприятия производства и управления. При этом такие работы могут осуществ-

ляться как специализированными научно-исследовательскими организациями, так и коммерческими предприятиями и физическими лицами.

В соответствии с п. 9 ПБУ 17/02 «Учет расходов на научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы»* к расходам на НИОКР относят все фактические расходы, связанные с выполнением указанных работ, а именно: стоимость материально-производственных запасов и услуг сторонних предприятий и лиц, используемых при выполнении работ; расходы по заработной плате и другие выплаты работникам, непосредственно занятым при выполнении работ по трудовому договору; платежи во внебюджетные фонды и пр.

Сумма затрат на НИОКР удобно выявляется в бухгалтерском учете предприятий по дебету счета 08 «Вложения во внеоборотные активы» на отдельном субсчете 8 «Выполнение НИОКР». Для расчета показателя удельных затрат данная сумма соотносится с показателем «Выручка» из формы №2 Отчет о финансовых результатах бухгалтерской (финансовой) отчетности предприятия.

Учитывая коэффициентный характер оценочной модели, рекомендуется следующее соотношение между значениями доли затрат на НИОКР в объеме продаж и коэффициентом инновационной активности, применяемым в расчетах (табл. 2).

Таблица 2

Соответствие коэффициента инновационной активности доли затрат на НИОКР

Compliance of the coefficient of innovation activity to the share of R & D costs

Доля затрат на НИОКР в объеме продаж, %	Коэффициент инновационной активности
0	0,9
До 1 включительно	1
1,01–5	1,1
5,01–10	1,2
Более 10	1,3

* Утв. приказом Министерства финансов РФ № 115н от 19.11.2002 г. (в ред. Приказа Минфина РФ № 116н от 18.09.2006 г.).

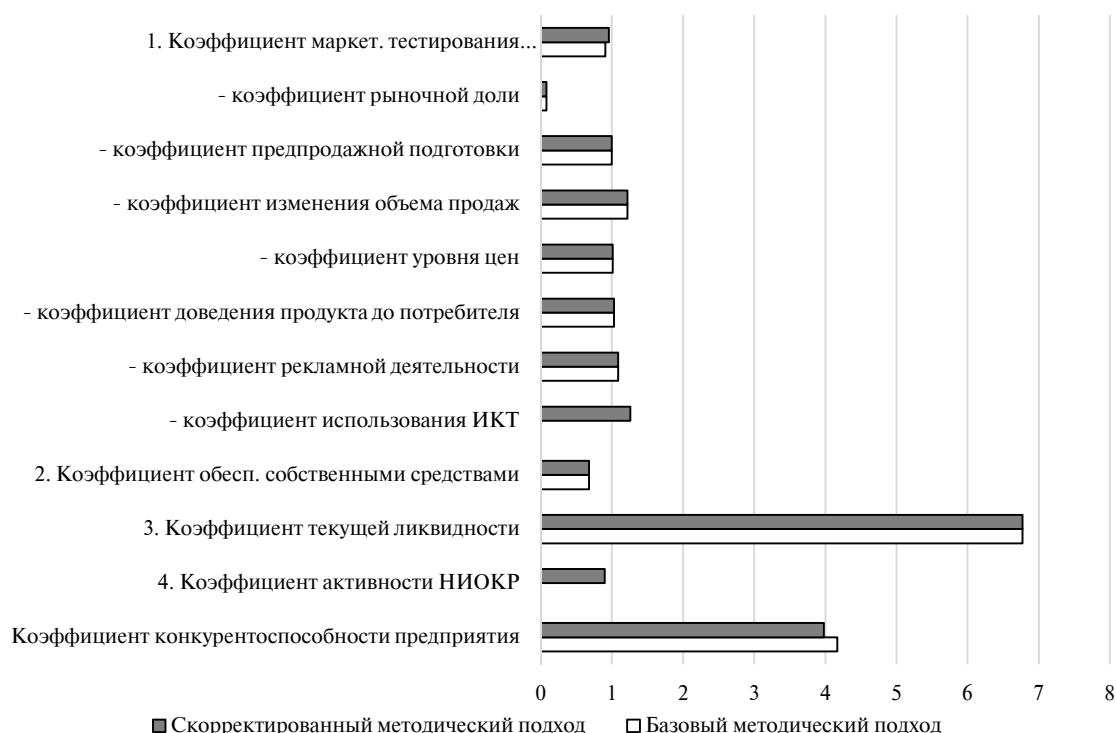


Рис. 3. Показатели конкурентоспособности промышленно-торгового предприятия за отчетный период
Fig. 3. Indicators of competitiveness of industrial and commercial enterprises for the reporting period

Ввиду стратегической важности для предприятия [13] в современных условиях осуществления инновационной деятельности в случае отсутствия затрат на НИОКР в отчетном периоде коэффициент инновационной активности выступает в роли понижающего, уменьшая итоговый результат, который был бы получен по исходной модели.

Интегральный коэффициент конкурентоспособности предприятия в скорректированном варианте будет рассчитываться следующим образом:

$$K_{ксп} = K_{мт} K_{осс} K_{тл} K_{ниокр}. \quad (4)$$

В рамках скорректированного подхода интервал значений может варьироваться и принимать как положительные, так и отрицательные значения. В зависимости от принимаемого значения интерпретация дифференциации итоговых значений коэффициента конкурентоспособности сохраняется.

Результаты исследования. В ходе исследования был выполнен сравнительный анализ подходов к оценке конкурентоспособности предприятия и выбран подходящий методический подход

к оценке. Был проверен один из подходов к оценке и проведен критический анализ возможности получения адекватных результатов с учетом реалий современной цифровой экономики [14] и сделан вывод о том, что для будущих оценок конкурентоспособности предприятий требуются дополнительные факторы [15], которые должны быть включены в интегральные показатели. Эти факторы влекут за собой инновации и потенциал НИОКР, которые являются ключевыми компонентами, способствующими развитию ведущих секторов экономики [16–18].

Проведен тестовый расчет показателей конкурентоспособности согласно базовому и скорректированному методическому подходу для промышленно-торгового предприятия (рис. 3).

Анализируя полученные данные, можно отметить, что увеличение в отчетном периоде затрат на информационные и коммуникационные технологии (коэффициент использования ИКТ 1,26) привело к росту значения коэффициента маркетингового тестирования конкурентоспособности с 0,91 до 0,96. Так как предприятие за отчетный период

не имело затрат на НИОКР, в расчетах коэффициент активности предприятия в части НИОКР был принят на уровне 0,9. Это привело к тому, что интегральный показатель конкурентоспособности снизился с 4,17 до 3,98. Следовательно, отсутствие затрат на НИОКР хотя и незначительно, но ухудшило конкурентную позицию предприятия за отчетный период. Если подобная ситуация будет наблюдаться в дальнейшем, то при снижении других показателей конкурентоспособности предприятие рискует утратить свое положение на рынке и перейти из группы претендентов на рыночное лидерство в группу рыночных последователей.

Таким образом, цифровая экономика оказывает влияние на конкурентоспособность предприятия, что можно проследить через изменение ее уровня за счет включения такого фактора, как затраты на информационные и коммуникационные технологии. Для успешного ведения последующей конкурентной борьбы предприятию необходимо совершенствовать бизнес-процессы с ориентацией на внедрение в свою деятельность лучших практик лидеров рынка [19]. При этом в своей деятельности исследуемому предприятию необходимо стараться максимально учитывать пожелания клиентов, проводить грамотную ассортиментную и ценовую политику, максимально вовлекать территориальные ресурсы места размещения [20], поддерживать положительный имидж предприятия и активно использовать доступные сегодня возможности интернет-пространства и информационных технологий.

Выводы. В завершение следует отметить, что предлагаемая адаптированная модель коэффициентной оценки конкурентоспособности предприятия путем включения в нее таких факторов, как использование информационно-коммуникационных технологий и инновационная активность предприятия, позволяет адекватно оценить уровень конкурентоспособности хозяйствующего субъекта в соответствии с реалиями современной индустриальной экономики. А более точная и многоаспектная оценка конкурентной позиции предприятия на рынке будет способствовать разработке и принятию своевременных и грамотных управленческих решений.

Направление дальнейших исследований автор видит в проведении мониторинга уровня конкурентоспособности предпринимательских структур на одном из сегментов рынка. Оценка конкурентоспособности должна носить интегральный характер и быть ориентированной на набор комплексных показателей. Особое внимание должно уделяться влиянию факторов, свойственных развитию цифровой экономики, так как они значительно трансформируют среду хозяйствования. Условия развивающейся цифровой экономики диктуют необходимость внесения изменений корректив в традиционный подход к оценке конкурентоспособности предприятия. В первую очередь, это касается влияния факторов, связанных с инновационной динамикой и цифровизацией, что вызывает интерес многих исследователей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- [1] **Бабкин А.В., Чистякова О.В.** Цифровая экономика и ее влияние на конкурентоспособность предпринимательских структур // Российское предпринимательство. 2017. Т. 18, № 24. С. 4087–4102. DOI: 10.18334/rp.18.24.38670
- [2] **Васильева А.В., Шевченко Ю.А.** Оценка конкурентоспособности предприятия дорожного хозяйства // Методы менеджмента качества. 2007. № 11. С. 11–15.
- [3] **Шкардун В.Д.** Конкурентоспособность предприятия // Российское предпринимательство. 2008. Т. 9, № 2. С. 111–114.
- [4] **Миронов М.Г.** Ваша конкурентоспособность. М., 2004. 250 с.
- [5] **Белоусов В.Л.** Менеджмент: типовые элементы управления инновационной инфраструктуры. М., 2011.
- [6] **Буньковский Д.В.** Управление и контроль стоимости инвестиционного проекта // Актуальные проблемы права, экономики и управления. 2016. № 12. С. 14–19.
- [7] **Панарина Е.Н.** Стратегическое управление конкурентоспособностью предприятий (на примере перерабатывающих предприятий АПК): дис. ... канд. экон. наук. Пермь, 2005. 214 с.

- [8] **Лиман И.А.** Теория и методология организации и управления экономическими системами. Тюмень: Ист Консалтинг, 2010. 182 с.
- [9] **Горбачев Н.И., Кара-оол Ш.В., Климин В.Г. [и др.]**. Факторы устойчивого развития регионов России. Т. 3. / С.С. Чернов. Новосибирск: Сибпринт, 2009. 238 с.
- [10] **Полякова А.Г.** Модернизация экономики регионов нового освоения: моногр. Тюмень: Тюменская государственная академия мировой экономики, управления и права, 2009. 108 с.
- [11] **Polyakova A.G., Karpova S.V., Golovin A.N.** Cluster development based on competitive specialization of regions // *Economy of Region*. 2019. Vol. 15, no. 1. P. 270–284. DOI: 10.17059/2019-1-21
- [12] **Церцейл Ю.С. [и др.]**. Оценка эффективности функционирования кластеров в Российской Федерации // *Наука и бизнес: пути развития*. 2016. № 12 (66). С. 73–78.
- [13] **Kolmakov V.V., Polyakova A.G., Shalaev V.S.** An analysis of the impact of venture capital investment on economic growth and innovation: Evidence from the USA and Russia // *Economic Annals*. 2015. Vol. 60, no. 207. P. 7–37. DOI: 10.2298/EKA1507007K
- [14] **Loginov M.P., Strelnikov E.V., Usova N.V.** Managerial decision support algorithm based on network analysis and big data // *International Journal of Civil Engineering and Technology*. 2019. Vol. 10, no. 2. P. 291–300.
- [15] **Шуплецов А.Ф.** Создание экспертной системы для оценки потенциала производственного предпринимательства в нефтепереработке и нефтехимии на основе теории нечетких множеств // *Известия Байкальского государственного университета*. 2011. № 3. С. 82–85.
- [16] **Ekimova K., Kolmakov V., Polyakova A.** The credit channel of monetary policy transmission: issues of quantitative measurement // *Економічний часопис-XXI*. 2017. Vol. 7–8, no. 166. P. 51–55.
- [17] **Колмаков В.В.** Направления перспективных исследований в целях обеспечения инновационной динамики регионального имущественного комплекса // *Вестник факультета управления СПбГЭУ*. 2018. № 3 (1). С. 181–185.
- [18] Теория и практика управления финансовой деятельностью / В.В. Коокуева и др. М: МЭСИ, Ист Консалтинг, 2013.
- [19] **Буньковский Д.В.** Методы минимизации рисков предприятия // *Вопросы управления*. 2018. № 5 (35). С. 125–129.
- [20] **Sycheva I.N., Ovchinnicov Y.L., Voronkova O.Y.** Economic potential and development prospects of small businesses in rural areas // *European Research Studies Journal*. 2018. Vol. 21, no. 4. P. 292–303.

ЯМОВА Ольга Васильевна. E-mail: polo69@mail.ru
ЕФРЕМОВА Вероника Васильевна. E-mail: polo69@mail.ru

Статья поступила в редакцию 12.05.2019

REFERENCES

- [1] **A.V. Babkin, O.V. Chistyakova,** Tsifrovaya ekonomika i yeye vliyaniye na konkurentosposobnost predprinimatelskikh struktur, *Rossiyskoye predprinimatelstvo*, 18 (24) (2017) 4087–4102. DOI: 10.18334/rp.18.24.38670
- [2] **A.V. Vasilyeva, Yu.A. Shevchenko,** Otsenka konkurentosposobnosti predpriyatiya dorozhnogo khozyaystva, *Metody menedzhmenta kachestva*, 11 (2007) 11–15.
- [3] **V.D. Shkardun,** Konkurentosposobnost predpriyatiya, *Rossiyskoye predprinimatelstvo*, 9 (2) (2008) 111–114.
- [4] **M.G. Mironov,** Vasha konkurentosposobnost. M., 2004.
- [5] **V.L. Belousov,** Menedzhment: tipovyye elementy upravleniya innovatsionnoy infrastruktury. M., 2011.
- [6] **D.V. Bunkovskiy,** Upravleniye i kontrol stoimosti investitsionnogo proyekta, *Aktualnyye problemy prava, ekonomiki i upravleniya*, 12 (2016) 14–19.
- [7] **Ye.N. Panarina,** Strategicheskoye upravleniye konkurentosposobnostyu predpriyatiy (na primere pererabatyvayushchikh predpriyatiy APK): dis. kand. econ. nauk. Perm, 2005.
- [8] **I.A. Liman,** Teoriya i metodologiya organizatsii i upravleniya ekonomicheskimi sistemami. Tyumen: Ist Konsalting, 2010.
- [9] **N.I. Gorbachev, Sh.V. Kara-ool, V.G. Klimin [и др.]**, Faktory ustoychivogo razvitiya regionov Rossii. T. 3. S.S. Chernov. Novosibirsk: Sibprint, 2009.
- [10] **A.G. Polyakova,** Modernizatsiya ekonomiki regionov novogo osvoyeniya. Monografiya. Tyumen: Tyumenskaya gosudarstvennaya akademiya mirovoy ekonomiki, upravleniya i prava, 2009.
- [11] **A.G. Polyakova, S.V. Karpova, A.N. Golovina,** Cluster development based on competitive specialization of regions, *Economy of Region*, 15 (1) (2019) 270–284. DOI: 10.17059/2019-1-21
- [12] **Yu.S. Tsertseil [и др.]**, Otsenka effektivnosti funktsionirovaniya klasterov v Rossiyskoy Federatsii, *Nauka i biznes: puti razvitiya*, 12 (66) (2016) 73–78.
- [13] **V.V. Kolmakov, A.G. Polyakova, V.S. Shalaev,** An analysis of the impact of venture capital investment on

economic growth and innovation: Evidence from the USA and Russia, *Economic Annals*, 60 (207) (2015) 7–37. DOI: 10.2298/EKA1507007K

[14] **M.P. Loginov, E.V. Strelnikov, N.V. Usova**, Managerial decision support algorithm based on network analysis and big data, *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 10 (2) (2019) 291–300.

[15] **A.F. Shupletsov**, Sozdaniye ekspertnoy sistemy dlya otsenki potentsiala proizvodstvennogo predprinimatelstva v neftepererabotke i neftekhimii na osnove teorii nechetkikh mnozhestv, *Izvestiya Baykalskogo gosudarstvennogo universiteta*, 3 (2011) 82–85.

[16] **K. Ekimova, V. Kolmakov, A. Polyakova**, The credit channel of monetary policy transmission: issues of

quantitative measurement. *Yekonomichniy chasopis-XXI*, 7–8 (166) (2017) 51–55.

[17] **V.V. Kolmakov**, Napravleniya perspektivnykh issledovaniy v tselyakh obespecheniya innovatsionnoy dinamiki regionalnogo imushchestvennogo kompleksa, *Vestnik fakulteta upravleniya SPbGEU*, 3 (1) (2018) 181–185.

[18] *Teoriya i praktika upravleniya finansovoy deyatelnostyu*. V.V. Kookuyeva i dr. M: MESI, Ist Konsalting, 2013.

[19] **D.V. Bunkovskiy**, Metody minimizatsii riskov predpriyatiya, *Voprosy upravleniya*, 5 (35) (2018) 125–129.

[20] **I.N. Sycheva, Y.L. Ovchinnicov, O.Y. Voronkova**, Economic potential and development prospects of small businesses in rural areas, *European Research Studies Journal*, 21 (4) (2018) 292–303.

YAMOVA Olga V. E-mail: polo69@mail.ru

EFREMOVA Veronika V. E-mail: polo69@mail.ru