

УДК 339.137.2

МНОГОУГОЛЬНИК КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КАК МЕТОД ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КЛАСТЕРА И КЛАСТЕРНОЙ ПРОДУКЦИИ

П.Н. Юрова, Липецкий филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ», Липецк, Россия

Аннотация. В статье раскрывается проблематика процесса оценки эффективности территориального кластера и кластерной продукции. На сегодняшний день проблема оценки кластерных образований является крайне актуальной, так как в данном процессе отсутствует четкая законодательно сформированная этапность, параметры и критерии оценки. Нет четкой позиции: как, когда и на основе каких данных должна производиться оценка кластера и его конкурентоспособности. В этой связи в статье приводится обоснование эффективности и целесообразности использования метода «многоугольника конкурентоспособности» для оценки конкурентных позиций кластера и его продукции; представлена и рассмотрена последовательность этапов реализации данного метода, а также его недостатки и основные преимущества. В результате сделан вывод о практической эффективности построения многоугольника конкурентоспособности кластера и кластерной продукции, так как по итогам анализа достигается высокая степень наглядности имеющихся конкурентных преимуществ, а также слабых сторон кластера или кластерообразующей продукции, что делает процесс сравнительной оценки их конкурентоспособности максимально эффективным.

Ключевые слова: конкурентоспособность, многоугольник конкурентоспособности, кластер, кластерная продукция, сравнение.

Для цитирования: Юрова П.Н. Многоугольник конкурентоспособности как метод оценки конкурентоспособности кластера и кластерной продукции // ЭФО: Экономика. Финансы. Общество. 2022. №2. С. 30-41

COMPETITIVENESS POLYGON AS A METHOD OF ASSESSING CLUSTER AND CLUSTER PRODUCT COMPETITIVENESS

P.N. Yurova, Lipetsk Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Lipetsk, Russia

Abstract. The paper reveals the problems of assessing the effectiveness of the territorial cluster and cluster products. Today, the problem of assessing cluster formations is extremely urgent, as there are no clear phasing, parameters and assessment criteria. There is also no vivid position: how, when and on what basis the cluster and its competitiveness should be assessed. The rationale for the effectiveness and feasibility of using the "competitiveness polygon" method to assess the competitive position of the cluster and its products is provided; the sequence of stages of this method implementation is given, as well as its disadvantages and main advantages are examined. As a result, we can conclude that the cluster competitiveness polygon and cluster products are effectively constructed, as the analysis results show the high level of visibility of the available competitive advantages, as well as

weaknesses of the cluster or cluster-forming products, which makes the process of comparative assessment of their competitiveness as effective as possible.

Key words: *competitiveness, competitiveness polygon, cluster, cluster products, comparison.*

Введение

В условиях современной реальности, которой свойственно развитие рыночных отношений, усиление конкурентной борьбы и экономическая нестабильность, мало какое предприятие может себе позволить пренебрегать оценкой своего конкурентного положения на рынке, а также оценкой конкурентоспособности своей продукции, товаров, работ или услуг.

Каждое предприятие стремится разработать уникальную и максимально эффективную конкурентную стратегию, несмотря на уже существующее многообразие различных методов и форм конкурентной борьбы, выделив при этом свои ключевые конкурентные преимущества, которые обеспечат предприятию превосходство над конкурентами и будут способствовать достижению успеха на рынке. Соответственно именно конкуренция является одним из ключевых факторов, диктующих условия и задающих тенденции развития того или иного рынка.

Обзор литературы и постановка проблемы

Стоит отметить, что теоретические основы конкуренции, как экономического явления были сформированы ещё в середине XVIII в. А. Смитом и Д. Риккардо. Позже теоретические аспекты конкуренции широко рассматривались в работах А. Маршалла, Дж. Кейнса, М. Портера, В. Леонтьева и т. д.

Обобщая работы современных авторов в этой области [1-3], можно утверждать, что сегодня под конкуренцией понимается соперничество между отдельными лицами (конкурентами) на конкретном рынке, заинтересованными в достижении одних и тех же целей, что в свою очередь оказывает прямое влияние на их товарную, ценовую и сбытовую политики. При этом подобное соперничество, вызванное необходимостью выбора одного максимально эффективного варианта производства и потребления из множества возможных вариантов, осуществляется не только за наиболее выигрышные условия производства и сбыта продукции или услуг, но, конечно, и за получение максимальной прибыли.

Чтобы более полноценно раскрыть понятие «конкурентоспособность», необходимо расслоить его на три основные составляющие:

1. Первая составляющая напрямую связана с непосредственной продукцией (товаром) предприятия и в большей степени сводится к его наиболее важным потребительским характеристикам, в особенности к качеству.

2. Вторая составляющая понятия конкурентоспособность аккумулирует в себе экономические возможности и ограничения потребителя (внешняя среда) и экономику осуществления сбыта и сервиса товара (внутренняя среда).

3. Третья составляющая содержит в себе «все, что может быть приятно или неприятно потребителю как покупателю, как человеку, как члену той или иной социальной группы и т.д.» [4].

Необходимо отметить и тот факт, что оценка уровня конкурентоспособности всегда базируется на сравнительном подходе, что делает процесс определения конкурентоспособности предприятия возможным лишь при выполнении условия сопоставления организаций-аналогов (конкурентов). Другими словами, конкурентоспособность – характеристика относительная, и оценить ее представляется возможным лишь в сравнении с конкурентами.

В рамках настоящего исследования важность процесса и выбора методики оценки конкурентоспособности рассматривается на примере территориального кластера: именно внедрение кластерных политик «позволяет национальным отраслям производства развивать и поддерживать свое конкурентное преимущество, не уступая даже более развитым странам» [5].

Как показывает практика, фирмы, входящие в состав кластера, зачастую более конкурентоспособны в условиях обостренной конкурентной борьбы на глобализированных рынках. Во многом это обусловлено осуществлением ими различных инвестиционных программ в том числе в «специализированные исследования, в развитие родственных технологий, инфраструктуры, человеческих ресурсов и достижения так называемого синергетического эффекта».

В своих работах И. Ансофф отмечает, что «синергизм при создании кластера может проявляться в 4-х формах: синергизм продаж, оперативный, инвестиционный синергизм и синергизм менеджмента» [6].

На макроуровне территориальные кластеры «выполняют функцию плацдармов развития внутреннего рынка, обеспечивая продвижение производимой ими продукции в том числе и на внешний рынок, что в свою очередь способствует росту конкурентоспособности страны на международной арене» [7].

Однако идентификация и создание кластера далеко не всегда является самым сложным этапом его жизненного цикла. Оценка эффективности работы и уровня конкурентоспособности кластера – вот основная задача, которая стоит перед бизнес-сообществом и органами управления всех уровней, заинтересованных в кластерном развитии.

«Процесс мониторинга кластера, являясь важнейшим критерием его успешного функционирования, представляет собой достаточно сложную проблему, как с точки зрения многокритериальности анализа, так и в связи с необходимостью определения граничных значений уровня интегрального критерия для принятия решений о направлениях дальнейшего развития кластерного образования» [8].

Однако в силу ряда специфических особенностей кластеров, в составе которых функционируют самостоятельные независимые хозяйствующие субъекты (рисунок 1), мониторинг и оценка деятельности кластера лишь на основе стандартной финансовой отчетности, предоставленной участниками кластера не эффективен, так как подобная отчетность не позволяет сформировать целостное объективное представление об эффективности и конкурентоспособности кластера в целом.

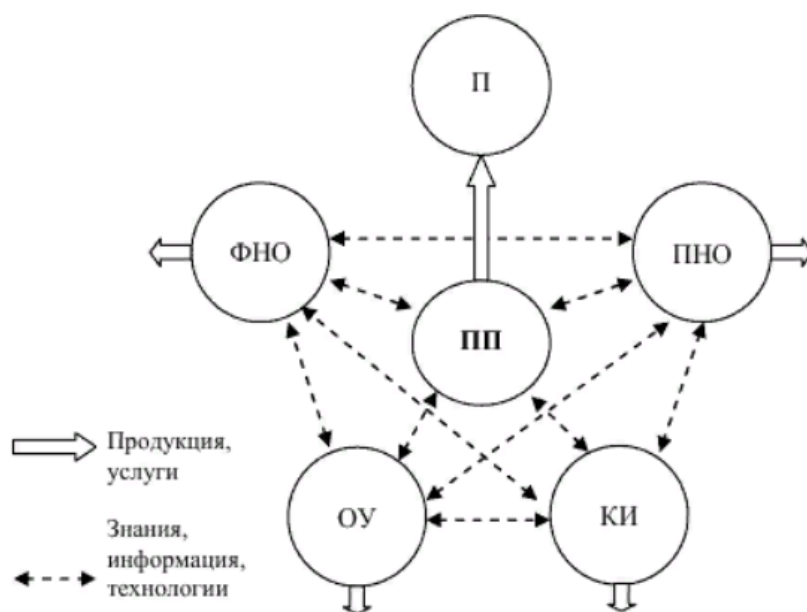


Рис. 1. Структура экономического кластера: ФНО – научные организации фундаментального типа, ПНО – научные организации прикладного типа, ПП – промышленные предприятия, ОУ – образовательные учреждения, КИ – комплементарные институты, П – потребитель

Далее на рисунке 2 представлены конкретные критерии идентификации кластера, которые позволяют выделить его отличительные признаки от схожих структур.



Рис. 2. Критерии идентификации кластера

В дальнейшем представленные критерии целесообразно использовать для описания кластера и предприятий-участников кластера, их географической концентрации на конкретной территории.

Оценка уровня конкурентоспособности кластера и его продукции несомненно является одним из наиболее важных аспектов в процессе оценки деятельности кластера. Не стоит забывать, что одной из ключевых целей создания инновационного кластера – является именно достижение им и его продукцией необходимого уровня конкурентоспособности.

Необходимо отметить, что, исходя из самой сущности территориального кластера, факторы его конкурентоспособности взаимообусловлены и действуют комплексно, образуя единую систему, которая представлена на рисунке 3.



Рис. 3. Структура конкурентоспособности кластера и ее функциональные подсистемы

Так, для оценки конкурентоспособности кластера и его продукции может быть использована методика, суть которой заключается в построении профилей конкурентоспособности, которые в графическом виде могут быть представлены в виде многоугольника. Метод «многоугольника конкурентоспособности» является достаточно простым, но в то же время эффективным, что делает целесообразным его применение для оценки конкурентоспособности кластеров и кластерной продукции в регионах нашей страны, реализующих кластерную политику.

Главная идея методики «многоугольника конкурентоспособности» заключается в следующем: конкурентоспособность кластера и кластерообразующей продукции может быть оценена «путем сложения его способностей к достижению конкурентных преимуществ. При этом сумма выделенных элементов не приводит к такому же результату, как и вся система в целом» [9].

Многоугольник конкурентоспособности представлен векторами, описывающими ключевые выбранные свойства оцениваемого предприятия, кластера или его продукта, направленными из одной точки в разные стороны. Данный метод предоставляет возможность сравнить и визуально представить широкий спектр ключевых оценочных критериев кластера или свойств его кластерной продукции.

Таким образом, «суть данного метода – сравнительная оценка ключевых свойств товара фирмы и товаров конкурентов с последующей визуализацией результатов в форме многоугольника. Каждая вершина многоугольника представляет отдельную характеристику, по которой проводилось сравнение» [10].

Построение многоугольника конкурентоспособности кластера и кластерной продукции может осуществляться в рамках определенных этапов, рассмотренных далее.

«Первым шагом в формировании профиля конкурентоспособности является экспертный выбор оценочных критериев, по которым будет оцениваться текущая конкурентоспособность кластера или кластерная продукция. При этом параметры для оценки конкурентоспособности кластера в целом крайне многогранны и в том числе могут включать в себя следующие:

- рыночная доля кластера;
- качество управления и финансовое состояние;
- система менеджмента качества и контроля запасов;
- затраты на инновации и НИОКР;
- зависимость кластера от макроэкономических изменений (экономических и политических);
- производительность труда в кластере;
- имидж кластера;
- качество активов кластера и т.д.

Затем для каждого параметра определяется его удельный вес в интегральной оценке конкурентоспособности кластера. При этом сами параметры могут определяться индивидуально для каждого отдельно взятого кластера, либо формироваться как набор общих параметров для каждого из кластеров в регионе» [11].

Для большей наглядности в таблице 1 предложен пример параметров конкурентоспособности кластера и их весовых значений в интегральной оценке конкурентоспособности.

Таблица 1. Возможные параметры оценки конкурентоспособности кластера и их весовые значения в интегральной оценке конкурентоспособности [12]

Параметры конкурентоспособности и кластера	Вес
--	-----

1. Конкурентоспособность кратерообразующего продукта	30%
2. Производительность труда в кластере	20%
3. Средняя зарплата в кластере	20%
4. Инновационная активность кластера	10%
5. Качество трудовых ресурсов кластера	10%
6. Качество активов (возраст оборудования) кластера	5%
7. Качество инфраструктуры кластера	5%
Итого	100%

Дальнейшее построение многоугольника реализуется за счет присвоения экспертных оценок выбранным параметрам, при этом значения конкретных параметров, полученные от экспертов, усредняются и вносятся в таблицу. Затем полученные значения параметров распределяют по шкале от 1 до 10, то есть осуществляется их градация. При этом значению 1 соответствует минимальный уровень конкурентоспособности; 10 – максимальный уровень конкурентоспособности (приближенный к мировым стандартам).

Стоит отметить, что градация значений параметров может проводиться и по другой, например, по пяти-бальной шкале, где: «5» (эталонное значение-идеально); «4» (хорошо); «3» (удовлетворительно); «2» (неудовлетворительно); «1» (полное отсутствие/не приемлемо).

После присвоения экспертных оценок текущим значениям параметров конкурентоспособности кластера и их сравнения с целевыми значениями параметров конкурентоспособности, происходит расчет взвешенного рейтинга выбранных параметров: путем умножения весовых значений параметров оценки конкурентоспособности кластера на присвоенные ранее экспертами значения параметров согласно градации по шкале от 1 до 10.

Повысить эффективность рассматриваемой методики позволит формирование целевого многоугольника конкурентоспособности в дополнении к текущему.

При этом целевые значения конкурентных позиций кластера могут быть установлены не только за счет прогнозных значений параметров конкурентоспособности, за основу также могут быть приняты и текущие значения аналогичного по профилю кластера, с которым производится сравнение. В таком случае с целью превышения конкурентных значений рекомендуется умножить целевые параметры на определенный повышающий коэффициент.

В процессе оценки конкурентоспособности важно разделять «функции по составлению профилей между участниками процесса кластерного развития: текущие профили предлагается составлять непосредственно кластеру или центру кластерного развития на основе его отчетности, а целевые значения целесообразно задавать ЦКР совместно с органами власти и инвесторами» [11], осуществляющими поддержку кластерных инициатив.

Далее необходимо построить многоугольник конкурентоспособности кластера в виде круговой диаграммы с учетом весовых коэффициентов параметров конкурентоспособности. Пример многоугольника

конкурентоспособности кластера с учетом весовых коэффициентов представлен на рисунке 4.

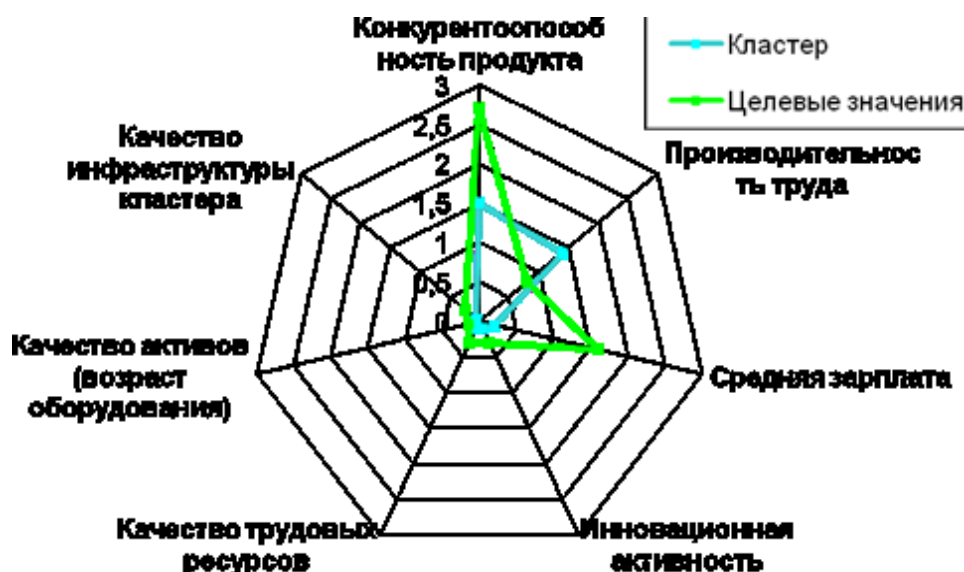


Рис.4. Пример многоугольника конкурентоспособности кластера с учетом весовых коэффициентов

Для построения многоугольника конкурентоспособности кластерного продукта используется та же методика, только с использованием показателей, разработанных специально для основного кластерообразующего продукта. Таким образом, конкурирующие товары сопоставляются по уникальному набору потребительских свойств товара или продукции, например, ширина ассортимента, послепродажное обслуживание, срок изготовления, цена, уникальность товара, дистрибуция и т.д.

«Как правило, за счет использования преимуществ кластера, конкурентоспособность его продукции выше среднеотраслевой. Посредством влияния кластерных эффектов на составляющие конкурентоспособности продукции (качество, сервис, затраты и цену) происходит усиление конкурентных позиций продукции» [13].

Далее на рисунке 5 представлен механизм влияния кластера на конкурентоспособность кластерной продукции.



Рис. 5. Модель влияния кластера на конкурентоспособность кластерной продукции

Результаты анализа максимально наглядно отражают имеющиеся конкурентные преимущества кластерного продукта, а также его слабые стороны (недостатки) по сравнению с конкурентами, обеспечивается «возможность достаточно точной сравнительной оценки. Именно сопоставление полученных результатов анализа может стать отправной точкой для определения подлинной конкурентоспособности продукции кластера, что позволит усовершенствовать продукт и добиться усиления его позиций на рынке» [14].

Необходимо помнить, что конкурентоспособность является относительной характеристикой. Соответственно на практике ее оценка представляется возможной лишь в сравнении с основными рыночными конкурентами.

Таким образом, заключительным этапом в процессе оценки конкурентоспособности кластера или кластерной продукции должен стать шаг по оценке сформированного многоугольника конкурентоспособности субъекта исследования с многоугольниками кластеров-конкурентов или эталонных кластеров аналогичного вида по идентичным критериям оценки, сформированных экспертным методом. Для удобства и большей наглядности сравнения рекомендуется накладывать профили конкурентоспособности друг на друга.

Пример построения многоугольника для сравнительной оценки конкурентоспособности представлен далее на рисунке 6.



Рис.6. Сравнительная оценка конкурентоспособности

В рамках мониторинга эффективности кластера целевые значения показателей конкурентоспособности, как продукта, так и самого кластера следует регулярно пересматривать, устанавливая на каждый новый период развития кластера более высокие значения, утверждая их на Совете по кластерному развитию или в рамках деятельности ЦКР.

Текущие же значения показателей конкурентоспособности должны регулярно оцениваться ЦКР, на основании отчетности кластеров и собственной статистической информации. Логично, что «сравнение предыдущего и достигнутого уровня конкурентоспособности позволит оценить эффективность мер поддержки развития кластера, их направленность на достижение этой главной цели и при необходимости видоизменить меры и механизмы оказываемой поддержки» [14].

К основным недостаткам метода «многоугольника конкурентоспособности» можно отнести необходимость применения экспертных оценок в выборе параметров оценки и их дальнейшей градации, то есть «привнесение субъективной оценки эксперта, а также трудность в количественном выражении некоторых качественных критериев оценки, например, послепродажное обслуживание» [15] или удовлетворенность конечного потребителя продукцией кластера.

Однако вышеуказанные недостатки «сглаживаются» главными достоинствами рассмотренного метода, а именно наглядность результата (графичность) и удобство его толкования, и тот факт, что данный метод максимально эффективен в оперативном анализе текущего положения и конкурентоспособности кластера относительно рассматриваемых конкурентов.

Таким образом, оценка уровня конкурентоспособности кластера и его продукции является одним из наиболее важных аспектов в процессе оценки деятельности кластера. Конкурентоспособность предлагается оценивать на

основе построения профилей (многоугольников) конкурентоспособности. Именно метод построения многоугольника конкурентоспособности может стать ключевым в процессе мониторинга кластера, так как он позволяет в наглядной и концентрированной форме оценить уровень конкурентоспособности кластера и его продукции, его перспективность, и выбрать наиболее приоритетные направления развития, способные повысить конкурентоспособность.

Список использованных источников:

1. Измалкова И.В., Леонтьев Е.Д. Кластеризация как инструмент диверсификации рисков в организациях // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2018. Т. 8. № 4 (29). С. 172-178.
2. Чернявская Ю.А. Модели финансирования кластерных проектов в современных условиях // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2017. Т. 7. № 7А. С. 134-142.
3. Корякина Т.В. Промышленно-образовательные кластеры и их роль в формировании экономики нового типа // Российское предпринимательство. 2018. Т. 19. № 12. С. 3837-3846.
4. Багиев Г.Л. Маркетинг: для бакалавров и специалистов: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич; под общ. ред. Г. Л. Багиева. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва [и др.]: Питер, 2012. - 556 с.
5. Залученов И. В. Анализ результатов оценки конкурентных позиций с помощью многоугольника конкурентоспособности / И. В. Залученов, О. А. Бурко // Национальная Ассоциация Ученых. 2021. № 36–3(63). С. 23–26. – EDN IJUSXP.
6. Ансофф И. Стратегическое управление: [Пер. с англ.] / И. Ансофф; [Науч. ред. и авт. вступ. ст., с. 11–32, Л. И. Евенко]. - Москва: Экономика, 1989. 519 с.
7. Жихарев К. Л. Корпоративный менеджмент: инновационное развитие предпринимательства / К. Л. Жихарев // Российский экономический интернет-журнал. 2009. № 2. С. 376–391. – EDN NPSRAQ.
8. Папян А. Г. Оценочный подход к эффективности предпринимательского кластера / А. Г. Папян, Е. Г. Великая // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2015. № 2(11). С. 16–20. – EDN UCDRDT.
9. Сучкова Е. А. Методы оценки конкурентоспособности организации / Е. А. Сучкова, И. Ю. Харламова. // Молодой ученый. 2020. № 4 (294). С. 156–159. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/294/66846/> (дата обращения: 05.05.2022)
10. Многоугольник конкурентоспособности [Электронный ресурс] Режим доступа свободный <http://powerbranding.ru/competition/mnogougolnik-konkurentosposobnosti/> (дата обращения 05.05.2022)
11. Стрябкова Е.А. Повышение конкурентоспособности региона на основе кластерной политики: теория и методология / дисс. на соиск. уч. степени док. эконом. наук. Белгород, 2016 [Электронный ресурс] режим доступа свободный

https://dekanat.bsu.edu.ru/f.php/1/disser/case/filedisser/filedisser/801_dissertaciya_St_ryabkova.pdf (дата обращения 07.05.2022)

12. Стратегия кластеризации промышленности Липецкой области [Электронный ресурс] // Бесплатная электронная библиотека. Режим доступа <http://os.x-pdf.ru/20politologiya/75277-2-strategiya-klasterizacii-promishlennosti-lipецкоу-oblasti-zakazchik.php> (дата обращения 07.05.2022)

13. Андросик Ю. Н. Теоретико-методологические основы формирования кластеров и повышения конкурентоспособности продукции / Ю. Н. Андросик // Экономика и управление (Минск). 2012. № 3(31). С. 87-92. – EDN YZOU DR.

14. Болодурина В. А. Методы оценки конкурентоспособности предприятия / В. А. Болодурина // Международный научно-исследовательский журнал. 2015. № 11–1(42). С. 18–21. – DOI 10.18454/IRJ.2015.42.056. – EDN VINLDD.

15. Пичугина Е. В. Теоретические основы конкуренции / Е. В. Пичугина. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2020. № 6 (296). С. 285–288.

Сведения об авторе / Information about the author:

Юрова Полина Николаевна – старший преподаватель кафедры «Экономика и финансы» Липецкого филиала ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ. E-mail: polinayurova@list.ru / **Yurova Polina Nikolaevna** – Senior Lecturer of the Department of «Economics and Finance» of the Lipetsk branch of Federal State Educational Budgetary Institution of Higher Education (FSEBI HE) "Financial University under the Government of the Russian Federation," E-mail: polinayurova@list.ru

SPIN РИНЦ 5869-5019

ORCID 0000-0002-8995-9159

Дата поступления статьи: 15 мая 2022

Принято решение о публикации: 25 мая 2022

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.