

УДК 338.001.36

ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ ИНТЕГРАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЗИЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

А.С. ВракинБелгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, Белгород,
email: kafedra.marketinga@bk.ru

Аннотация. Сделан вывод, что современная экономическая парадигма, характеризующаяся истощением ресурсной базы, климатическими кризисами и социальным неравенством, диктует необходимость пересмотра традиционных инструментов анализа конкурентных позиций предприятия. Цель статьи заключается в разработке методологии оценки конкурентной позиции предприятий с интеграцией принципов устойчивого развития (ESG). В основу статьи положен синтез теоретических концепций, системный анализ, ретроспективный контент-анализ, методология индексации показателей, экспертные оценки. Предложена трехкомпонентная модель (Governance, Environment, Social), включающая качественные и количественные метрики для анализа позиций предприятий. Методика апробирована на данных четырех предприятий Белгородской области, выявив доминирующую роль Governance-составляющей (рыночная позиция) в интегральной оценке. Результаты подчеркивают необходимость баланса ESG-факторов для долгосрочной устойчивости и снижения репутационных рисков. Обсуждаются ограничения модели, связанные с субъективностью весовых коэффициентов и доступностью данных, а также направления для дальнейших исследований – корреляция ESG-индексов с финансовыми результатами и разработка отраслевых стандартов.

Ключевые слова: устойчивое развитие, ESG-принципы, конкурентоспособность предприятия, ESG-отчетность, конкурентная позиция, экологическая эффективность, социальная ответственность, корпоративное управление, позиционирование.

TOOLS FOR ASSESSING THE INTEGRATED COMPETITIVE POSITION OF AN ENTERPRISE

A.S. Vraikin

Belgorod State Technological University named after V.G. Shukhov, Belgorod, email: kafedra.marketinga@bk.ru

Abstract. It is concluded that the modern economic paradigm, characterized by the depletion of the resource base, climate crises and social inequality, dictates the need to revise traditional tools for analyzing the competitive positions of an enterprise. The purpose of the article is to develop a methodology for assessing the competitive position of enterprises with the integration of sustainable development principles (ESG). The article is based on a synthesis of theoretical concepts, system analysis, retrospective content analysis, methodology for indexing indicators, and expert assessments. A three-component model (Governance, Environment, Social) is proposed, including qualitative and quantitative metrics for analyzing the positions of enterprises. The methodology was tested on the data of four enterprises in the Belgorod region, revealing the dominant role of the Governance component (market position) in the integral assessment. The results emphasize the need for a balance of ESG factors for long-term sustainability and reducing reputational risks. The limitations of the model related to the subjectivity of weighting factors and data availability are discussed, as well as directions for further research – correlation of ESG indices with financial performance and development of industry standards.

Keywords: sustainable development, ESG principles, enterprise competitiveness, ESG reporting, competitive position, environmental efficiency, social responsibility, corporate governance, positioning.

Дата поступления статьи в редакцию: 01.05.2025

Дата принятия статьи в печать: 10.06.2025

Введение

Современная экономическая парадигма, характеризующаяся истощением ресурсной базы, климатическими кризисами и социальным неравенством, диктует необходимость пересмотра традиционных моделей конкурентоспособности. Растущее осознание ограниченности природных ресурсов, усиление этических императивов в экономических взаимодействиях и глобальные экологические вызовы актуализируют переход хозяйственных систем к парадигме устойчивого развития. Данный контекст обуславливает необходимость ревизии методологических подходов к оценке конкурентоспособности и конкурентных позиций субъектов рынка, а также пересмотра стратегий их долгосрочного позиционирования.

Устойчивое развитие, закрепленное в Целях ООН до 2030 года, становится ключевым ориентиром для предприятий, вынуждая их трансформировать стратегии в соответствии с ESG-принципами.

В обозначенном контексте требуется и переформатирование детерминант конкурентоспособности предприятий, трактовка которой в последнее время расширяется, в ней учитывается динамическая характеристика и необходимость достижения конкурентной устойчивости. Анализ публикаций российских ученых подтверждает отсутствие единого подхода к трактовке конкурентной устойчивости. Во многом данный факт обусловлен отсутствием единства мнений относительно понятия устойчивости. Так, А. А. Песоцкий, С. Г. Матусова выделяют такие интерпретации устойчивости, как: способность вернуться в исходное состояние, способность изменяться под воздействием существенных факторов, способность изменяться позитивно на инновационной основе. Данные авторы справедливо отмечают, что различие в видении устойчивости проистекает из контекста долгосрочности и последние интерпретации характерны для стратегического планирования. И поскольку конкурентная устойчивость относится к категориям стратегического планирования, то они трактуют ее как способность вернуться в исходное состояние с интенсивным приростом, инновационная основа которого проявляется на рынках с высокой интенсивностью конкурентных процессов и рыночной динамикой [1]. Достижение конкурентоустойчивости, согласно другим авторам, возможно при обеспечении: 1) соответствия динамики производства и динамики роста национальной экономики; 2) вторичной переработки и безотходного использования производственных ресурсов; 3) внедрения инноваций и новых технологий в производственные процессы; 4) базирования конкурентной позиции на технологических преимуществах [2, 3]. Из этого следует, что конкурентная устойчивость является комплексной характеристикой, что подтверждает Е. А. Тумаков [4], полагая что: 1) она отражает устойчивость конкурентной позиции предприятия, при оценке которой должны учитываться рыночная доля и другие факторы, 2) она учитывает активность конкурентов, изменения которой должны отражаться в интегральной оценке конкурентной устойчивости. Еще один смысловой аспект конкурентной устойчивости подчеркивает С.Б. Алексеев [5], считая ее характеристикой, комплексно отражающей способность создавать и удерживать конкурентные преимущества в долгосрочной перспективе. Следует признать, что имеющийся разрыв в терминологии затрудняет разработку универсальных метрик для оценки. Вместе с тем, можно выделить общий контекст всех определений. В них конкурентная устойчивость — это динамичная, многоаспектная категория, зависящая от внешних шоков и внутренних инновационных возможностей предприятия, позволяющих сформировать и удерживать уникальное и долговременное конкурентное преимущество. В развитие общего научного дискурса предложим следующее определение: конкурентная устойчивость — это способность предприятия сохранять и усиливать свои рыночные позиции в условиях нестабильности внешней среды за счет адаптивности (быстрой перестройки процессов), инновационности (внедрения новых технологий и бизнес-моделей), ресурсной стабильности (устойчивых цепочек поставок, кадрового и технологического суверенитета), стратегической гибкости (умения прогнозировать риски и менять конкурентное поведение). Можно также выделить слабо исследованные и не рассматриваемые в существующих дефинициях аспекты конкурентной устойчивости:

- экологическая устойчивость — минимизация экологического следа, переход к циркулярной экономике (безотходное производство, вторичная переработка);
- социальная ответственность — управление репутацией, вовлеченность сотрудников, поддержка локальных сообществ.
- интеграция с макроэкономическими трендами — синхронизация стратегии с национальными целями (импортозамещение, технологический суверенитет).
- управление знаниями — накопление и защита интеллектуального капитала, предотвращение утечки компетенций.
- цифровая устойчивость — защита от киберугроз, использование Big Data для прогнозирования рыночных изменений.
- влияние ESG-факторов — соответствие экологическим, социальным и управленческим стандартам как условие доступа к инвестициям и рынкам.
- роль партнерских сетей — формирование альянсов для снижения рисков (например, совместные R&D-проекты с вузами или стартапами).

Считаем, что методология оценки конкурентной позиции должна изменяться в соответствии с обозначенными траекториями. Вместе с тем, в классическом подходе Ф. Котлера конкурентная позиция интерпретируется как относительное положение предприятия в рыночной структуре, количественно

выражаемое через долю рынка [6]. Ф. Котлер, систематизировав конкурентные позиции, выделил четыре их типа: лидер, претендент на лидерство, последователь и аутсайдер. Однако современные исследования подчеркивают, что позиционирование предприятия формируется под комплексным воздействием экзогенных и эндогенных факторов. С одной стороны, ключевую роль играют силы конкурентного окружения, описанные в модели М. Портера [7], включая интенсивность рыночной конкуренции, угрозу появления новых игроков, влияние поставщиков и покупателей, а также наличие товаров-субститутов. Следует признать, что оценки конкурентной среды в современной научной литературе разнообразны и выходят за рамки модели М. Портера. Например, у А.Р. Билинского, М.С. Стариковой [8] в основу положена идея анализа бизнес-демографии. С другой стороны, эндогенные детерминанты, такие как уникальные знания [9], организационные компетенции [10], синергия ресурсов [11], имидж [12], система продвижения продуктов [13], человеческий капитал [14] и прочие формируют основу для устойчивых конкурентных преимуществ.

Консенсус научного сообщества, отраженный в исследованных работах, заключается в признании дуализма факторов, определяющих конкурентную позицию: макросреды (рыночная динамика, регуляторные изменения, глобальные тренды) и внутренней среды (ресурсная база, инновационный потенциал). При этом часто акцентируется нелинейность и динамичность данного процесса, обусловленная взаимовлиянием факторов (например, в [15, 16]. Например, трансформация рыночного спроса или ужесточение экологических стандартов могут нивелировать ранее достигнутые преимущества, требуя адаптации стратегий.

Особую актуальность приобретает интеграция принципов устойчивого развития в систему оценки конкурентных позиций. Согласно определению П.И. Толмачева, Е.В. Гришина и И.П. Бандуриной [17], устойчивое развитие предполагает удовлетворение текущих потребностей без уменьшения возможностей будущих поколений, что подразумевает баланс экономической эффективности, социальной ответственности и экологической стабильности (ESG-триада). Справедливо, что достижение этого баланса требует пересмотра подходов к управлению ресурсами, минимизации экологического следа и реализации социально ориентированных инициатив. Для промышленных предприятий данный подход трансформируется в необходимость обеспечения сбалансированности ресурсной базы, технологической адаптивности и соответствия ESG-критериям [18], что напрямую влияет на их рыночную устойчивость. Таким образом, можно заключить, что существует потребность в восполнении методологического пробела, обусловленного вызовами ESG-трансформации и недостаточным учетом векторов устойчивого развития в методиках оценки конкурентной позиции предприятия.

Цель исследования

Целью исследования является развитие методологического аппарата анализа конкурентных позиций предприятий, адаптированного к стратегическим приоритетам устойчивого развития и формирование методического подхода к оценке интегральной конкурентной позиции, базирующейся на ESG-принципах (Environmental, Social, Governance), что позволяет учесть многомерность экономической активности предприятия в контексте глобальных вызовов.

Материал и методы исследования

Анализ существующих методологических подходов к оценке устойчивого развития предприятий [19-21] выявил существенный пробел: отсутствие интеграции принципов ESG (Environmental, Social, Governance) в концептуализацию конкурентной позиции. Более того, традиционные инструменты её измерения [22, 23] фокусируются преимущественно на экономических метриках, игнорируя необходимость мультидисциплинарного подхода, соответствующего современным вызовам. В рамках данного исследования предложена методологическая рамка, расширяющая понятие конкурентной позиции предприятия через призму ESG-триады, что позволяет учесть его взаимодействие с множественными рынками (сбыта, ресурсов, труда, капитала) и социально-экологическим контекстом.

Предлагаемая методика базируется на трехкомпонентной модели:

1. Governance-позиция (G) – конкурентная позиция на рынке сбыта производимой продукции, опирающаяся на преимущества в управленческой и рыночной сферах.
2. Environment-позиция (E) – конкурентная позиция в области достижения экологической эффективности деятельности.
3. Social-позиция (S) – конкурентная позиция в сфере социальной миссии, отражающая социальную вовлеченность и ответственность.

В каждом случае конкурентная позиция — это сравнительная характеристика, которую можно дать при сопоставлении с конкурентами. Набор количественных и качественных показателей для измерения трех вариантов конкурентных позиций предложен в таблице 1. Данный набор может быть дополнен в соответствии с отраслевой спецификой предприятия.

Таблица 1

Показатели оценки ESG-позиции предприятия

Компонент	Ключевые метрики
КП _G	Доля рынка, ROIC, индекс цифровой зрелости, конкурентоспособность зарплат, кредитный рейтинг, уровень инновационной активности, конкурентоспособность продукции, условия ресурсных сделок, преимущества человеческого капитала, доступность финансовых ресурсов, репутация компании, известность бренда, финансовая устойчивость, экономическая эффективность, производительность труда и пр.
КП _E	Уровень выбросов CO ₂ , доля ВИЭ в энергобалансе, процент переработанных отходов, экологические сертификаты (ISO 14001), объемы водопользования и пр..
КП _S	Инвестиции в социальные проекты, уровень удовлетворенности сотрудников, уровень развития социальной инфраструктуры, участие в ГЧП и пр.

Предлагаемый алгоритм оценки включает такие этапы, как:

1. Сбор данных: использование открытой отчетности (ESG-отчеты, отчеты устойчивого развития), внутренней аналитики, опросов стейкхолдеров.
2. Нормализация показателей: перевод в индексную форму (0-1) относительно отраслевых бенчмарков.
3. Расчет весовых коэффициентов: методом анализа иерархии с привлечением экспертов.
4. Агрегация результатов: вычисление интегрального индекса конкурентной позиции (ИКП) по формуле:

$$\text{ИКП} = \alpha \cdot \text{КП}_G + \beta \cdot \text{КП}_E + \chi \cdot \text{КП}_S,$$

где α , β , χ — веса соответствующих компонентов интегральной конкурентной позиции, определенные на основе опроса экспертов.

Результаты исследования и их обсуждение

Методика апробирована на данных предприятий Белгородской области. Результаты представлены в таблице 2.

Таблица 2

Сравнительный анализ ESG-позиции предприятий

Предприятие	КП _G	КП _E	КП _S	ИКП
ООО «Завод «Краски КВИЛ»	0,78	0,43	0,58	0,69
ООО «Шебекинский лакокрасочный завод «Краски Белогорья»	0,38	0,38	0,44	0,39
ООО «Белколор»	0,65	0,52	0,61	0,62
ООО «Завод ЛКМ»	0,59	0,47	0,57	0,57

В качестве экспертов выступали специалисты предприятий и преподаватели кафедры стратегического управления БГТУ им. В.Г. Шухова. Было определено, что вес конкурентной позиции на рынке сбыта в составе ИКП равен 0,64, вес конкурентной позиции в области достижения экологической эффективности деятельности составляет 0,14, и, соответственно, вес конкурентной позиции в сфере социальной миссии находится на уровне 0,22. Отметим, что через гибкую систему весов в методике учитывается отраслевая специфика.

Можно заключить, что наибольшая сбалансированность ESG-составляющих интегральной конкурентной позиции имеет место в ООО «Шебекинский лакокрасочный завод «Краски Белогорья», ООО «Белколор», ООО «Завод ЛКМ». Вместе с тем, ООО «Белколор» находится в зоне сильных позиций, а «Шебекинский лакокрасочный завод «Краски Белогорья» — в области слабых позиций по всем направлениям. Решающую роль в составе элементов ИКП играет рыночная позиция КП_G, которая имеет наивысший вес в структуре ИКП. Поэтому лидерство по данной составляющей позволяет ООО «Завод «Краски КВИЛ» занимать наиболее выигрышную интегральную позицию в текущей перспективе. Вместе с тем, в долгосрочном периоде возможность ее удержания находится в зоне риска, если предприятие не будет

улучшать КПЕ и КПС. В общем случае отставание в E- и S-компонентах свидетельствуют о репутационных рисках для компании.

Предложенная модель может быть использована как инструмент более глубокой сравнительной оценки конкурентной позиции предприятия, позволяющей выбрать вектор стратегического развития.

Ограничениями модели являются: 1) проблема субъективности весовых коэффициентов, которая может быть минимизирована на основе использования динамических весов, адаптируемых под отраслевую специфику, или привлечением большего числа экспертов; 2) ограничение данных, а именно данных о корпоративной социальной ответственности, так как малые и средние предприятия редко публикуют ESG-отчеты, что затрудняет бенчмаркинг (поэтому в расчете предложенные метрики были упрощены).

Направления дальнейших исследований могут быть связаны с обнаружением корреляции ИКП и финансовых результатов (на сколько необходимо увеличить ИКП, чтобы произошел рост ROE на 3%, например), с разработкой отраслевых ESG-бенчмарков.

Выводы

1. Современные экономические и экологические вызовы (исчерпание ресурсов, климатические кризисы, социальное неравенство) требуют пересмотра традиционных методов оценки конкурентоспособности. Классические модели (Ф. Котлера, М. Портера), фокусирующиеся на рыночной доле и средних характеристиках, недостаточны для анализа конкурентных позиций предприятий в условиях глобальных ESG-требований. Интеграция экологических, социальных и управленческих факторов (ESG) становится обязательной для долгосрочного стратегического позиционирования.

2. Предложенная модель (Governance, Environment, Social) позволяет оценить конкурентные позиции предприятия в разных сферах: 1) с точки зрения рыночной и управленческой эффективности (доля рынка, финансовая устойчивость, инновации); 2) с позиции экологической ответственности (снижение выбросов, использование ВИЭ, переработка отходов); 3) с точки зрения социальной вовлеченности (инвестиции в проекты, удовлетворенность сотрудников). Методика сочетает количественные и качественные метрики, адаптируемые под отраслевую специфику, что делает её гибкой для разных секторов экономики.

3. Апробация методики на предприятиях Белгородской области показала, что G-компонент имеет наибольший вес (0,64) в интегральном индексе (ИКП), определяя краткосрочное лидерство. Слабые позиции в E и S создают репутационные и регуляторные риски, угрожая устойчивости в долгосрочной перспективе. Баланс ESG-факторов критически важен: даже при высоких G-показателях игнорирование E и S может привести к потере позиций из-за ужесточения экологических норм или изменения потребительских предпочтений.

4. Определены практические ограничения модели, обусловленные субъективностью весовых коэффициентов, дефицитом ESG-данных. В целом заключено, что предложенная методика служит инструментом диагностики слабых мест предприятия, устранение которых определяет долгосрочные конкурентные преимущества. Для дальнейших научных исследований возможны продолжающие методическую идею автора изыскания, устанавливающие корреляцию между ИКП и финансовыми показателями. Сделан вывод, что в задачи функционирования отраслевых ассоциаций необходимо включить разработку отраслевых ESG-стандартов и бенчмарков для объективного сравнения компаний. Для органов власти внедрение методики может стать основой для национальных стандартов нефинансовой отчетности, стимулируя переход бизнеса к устойчивым практикам.

Таким образом, интеграция ESG-принципов в оценку конкурентных позиций предприятий — не просто тренд, а необходимость в условиях глобальных вызовов. Предложенная методика, несмотря на ограничения, предлагает системный подход к балансу экономических, экологических и социальных целей, обеспечивая предприятиям не только текущее рыночное лидерство, но и устойчивость в долгосрочной перспективе.

Литература

1. Песоцкий А.А., Матусова С.Г. Формирование управленческих решений по обеспечению экономической устойчивости региональных инвестиционно-строительных комплексов // Управленческий учет. 2022. № 5-2. С. 539-546. DOI: 10.25806/uu5-22022539-546.

2. Лубский А.А., Медведева В.В. Конкурентоспособность предприятия: проблемные вопросы и решения // Журнал прикладных исследований. 2021. № 1-2. С. 48-52. DOI: 10.47576/2712-7516_2021_1_2_48.

3. Маркова Л.А. Условия и факторы повышения конкурентоустойчивости промышленного предприятия // Russian Economic Bulletin. 2022. Т. 5, № 1. С. 147-152.
4. Тумаков Е.А. Научно-методический подход к комплексному анализу конкурентной устойчивости торгового предприятия // Вестник Института экономических исследований. 2019. № 1 (13). С. 52-58.
5. Алексеев С.Б. Механизм обеспечения конкурентной устойчивости торгового предприятия // Вестник Института экономических исследований. 2019. № 2 (14). С. 28-34.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / пер. с англ. М.; СПб: Диалектика, 2019. 488 с.
7. Porter M.E. How Competitive Forces Shape Strategy // Harvard Business Review. 1979. Vol. 59. P. 137-145.
8. Билинский А.Р., Старикова М.С. Методический подход к анализу конкурентной среды предприятия на основе данных бизнес-демографии // Естественно-гуманитарные исследования. 2024. № 6 (56). С. 70-75.
9. Литвин И.Ю. Управление знаниями как ключевой фактор конкурентоспособности компании в экономике знаний // Вестник евразийской науки. 2025. Т. 17, № S1.
10. Александрова Л.Ю., Калинина Г.В., Бакаева Ж.Ю., Мунши А.Ю., Стеклова И.В., Митрофанова М.Ю. Ресурсный подход к анализу конкурентной среды как фактор усиления конкурентных позиций предприятия // Экономика, предпринимательство и право. 2023. Т. 13. № 3. С. 677-690.
11. Рожкова Н.К., Рожкова Д.Ю. Получение конкурентного преимущества в автомобильной промышленности: опыт Китая // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2024. № 2-1. С. 94-99. DOI: 10.17513/vaael.3246.
12. Александрова Л.Ю., Александрова О.С. Имидж и его роль в усилении конкурентных преимуществ предприятия: оценка потребителей // Журнал монетарной экономики и менеджмента. 2024. № 1. С. 46-55. DOI: 10.26118/2782-4586.2024.88.95.007.
13. Старикова М.С., Роздольская И.В., Микалут С.М., Билинский А.Р. Творческая концепция продвижения товара как инструмент дифференциации в конкурентной борьбе производителей зубочисток // Практический маркетинг. 2023. № 9 (315). С. 40-47. DOI: 10.24412/2071-3762-2023-9315-40-47.
14. Медведев М.С., Подолянец Л.А. Эволюция концепции конкурентного преимущества – от подхода к планированию до гибкого предприятия // Экономика и предпринимательство. 2024. № 11 (172). С. 1256-1259. DOI: 10.34925/EIP.2024.172.11.222.
15. Владыка М.В., Дорошенко Ю.А., Рудычев А.А., Гончаренко Т.В. Повышение конкурентоспособности предприятий строительной индустрии на региональных рынках жилья // Финансовая экономика. 2020. № 11. С. 29-33.
16. Щетинина Е.Д., Рудычев А.А., Кочина С.К. Стратегическая диагностика конкурентных преимуществ промышленного предприятия в новых условиях // Экономическое развитие России. 2023. Т. 30. № 2. С. 23-30.
17. Толмачев А.В., Гришин Е.В., Бандурина И.П. Аспекты устойчивого развития сельских территорий региона // Московский экономический журнал. 2022. Т. 7. № 11. С. 21.
18. Непарко М.В. Об устойчивости развития предприятий машиностроительного комплекса // Экономический журнал. 2012. № 2 (26). С. 104-110.
19. Морозова И.А., Мелехов Е.О. Усовершенствованный метод проектного управления в поддержку устойчивого развития крупных производственных комплексов в условиях высокой неопределенности рыночной среды // Финансовый менеджмент. 2024. № 12-2. С. 470-477.
20. Фокина Д.А., Степанов А.Е. Разработка модели устойчивого развития предприятий в условиях цифровой экономики // Евразийское пространство: экономика, право, общество. 2024. № 11. С. 85-89.
21. Уханов Е.Ю. Понятие и компоненты устойчивого развития предприятия в современных условиях // Экономика и предпринимательство. 2023. № 1 (150). С. 1254-1256. DOI: 10.34925/EIP.2023.150.1.255.
22. Глод О.Д. Нечёткая модель оценки конкурентной позиции предприятия // Вестник Поволжского государственного технологического университета. Серия: Экономика и управление. 2023. № 2 (57). С. 91-99.
23. Biswas P., Niyogi J. G. Analysing the competitiveness of industries using the Analytical Hierarchy Process and Porter's model: A case of Durgapur city // The Manager. 2024. Vol. 15. No 1. P. 55-69. DOI: 10.29141/2218-5003-2024-15-1-4.