

*Попова К.Д.,
студент,
4 курса, Экономический факультет
Волжский Политехнический институт
Россия, г. Волжский*

МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

***Аннотация:** В статье рассматриваются методики оценки конкурентоспособности предприятия и их применение в современных рыночных условиях. Анализируются основные подходы и их ограничения. Предложены направления совершенствования методов оценки.*

***Ключевые слова:** конкурентоспособность, эффективность, стратегия, управление, анализ, рынок.*

***Abstract:** The article examines methods for assessing enterprise competitiveness and their application in modern market conditions. Key approaches and their limitations are analyzed. Directions for improving assessment methods are proposed.*

***Keywords:** competitiveness, efficiency, strategy, management, analysis, market.*

В современных условиях глобализации и усиления рыночной конкуренции проблема обеспечения конкурентоспособности предприятия приобретает ключевое значение. Предприятия функционируют в среде высокой неопределённости, где успех определяется способностью адаптироваться к изменениям, эффективно использовать ресурсы и формировать устойчивые конкурентные преимущества.

Конкурентоспособность предприятия представляет собой комплексную характеристику, отражающую его способность производить и реализовывать продукцию или услуги, которые превосходят предложения конкурентов по ряду параметров – цене, качеству, инновационности и уровню сервиса. В этой связи особую значимость приобретают методики её оценки и повышения.

Целью данной статьи является систематизация существующих методик конкурентоспособности предприятия и выявление наиболее эффективных инструментов их применения.

Конкурентоспособность предприятия формируется под воздействием множества факторов, рассмотренных в таблице 1, которые можно условно разделить на внутренние и внешние [1].

Таблица 1.

**Факторы влияющие, на формирование конкурентоспособности
предприятия**

Виды факторов	Компоненты
Внутренние	– уровень технологического развития; – эффективность управления; – кадровый потенциал; – финансовое состояние.
Внешние	– состояние рынка; – уровень конкуренции; – государственное регулирование; – макроэкономические условия.

С точки зрения теории управления, конкурентоспособность рассматривается как результат взаимодействия ресурсов и компетенций предприятия с рыночной средой. При этом важным аспектом является не только наличие конкурентных преимуществ, но и способность их поддерживать в долгосрочной перспективе.

Существует множество подходов к оценке конкурентоспособности предприятия, указанных в таблице 2, которые можно классифицировать по нескольким признакам [2].

Таблица 2.

Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия

Подходы к оценке конкурентоспособности	Ключевые составляющие	Преимущества и недостатки
Финансово-экономические методы	<ul style="list-style-type: none"> – рентабельность; – ликвидность; – оборачиваемость активов; – прибыльность. 	Характеризуются высокой объективностью и базируются на доступной финансовой отчётности, что позволяет проводить точный анализ текущего состояния предприятия. Однако их недостатком является игнорирование качественных и стратегических факторов, а также ориентация преимущественно на прошлые результаты.
Маркетинговые методы	<ul style="list-style-type: none"> – доля рынка; – уровень удовлетворённости клиентов; – узнаваемость бренда; – конкурентное позиционирование. 	Направлены на анализ внешней среды, учитывают поведение потребителей, рыночную долю и силу бренда, но часто зависят от субъективных данных и качества проведённых исследований.
Экспертные методы	<ul style="list-style-type: none"> – метод Дельфи; – бальную оценку факторов; – ранжирование показателей. 	Обеспечивают наиболее комплексную оценку, объединяя различные показатели в единый индекс, что позволяет сравнивать предприятия между собой, однако они отличаются высокой сложностью расчётов и зависимостью от корректности выбора весовых коэффициентов.
Интегральные методы	<ul style="list-style-type: none"> – нормирование показателей; – взвешивание факторов; – агрегирование данных. 	Применяются в условиях ограниченной информации и позволяют учитывать трудноформализуемые параметры, такие как репутация и управленческие компетенции, но их основным недостатком остаётся субъективность и зависимость от квалификации экспертов.

Современные модели конкурентоспособности [3].

В последние годы активно развиваются комплексные модели оценки конкурентоспособности (таблица 3), учитывающие стратегические и инновационные аспекты.

Таблица 3.

Комплексные модели оценки конкурентоспособности

Комплексные модели оценки конкурентоспособности	Сущность
Модель конкурентных преимуществ	Отражает способность предприятия создавать уникальные характеристики продукции или услуг, которые обеспечивают ему превосходство над конкурентами. В её основу входят такие элементы, как технологические инновации, уникальные ресурсы, качество продукции, уровень сервиса и эффективность управления. Данная модель позволяет выявить ключевые факторы успеха и определить источники долгосрочных конкурентных преимуществ.
Бенчмаркинг	Представляет собой метод сравнительного анализа, при котором показатели деятельности предприятия сопоставляются с лучшими практиками в отрасли или с лидерами рынка. В рамках бенчмаркинга анализируются производственные процессы, уровень затрат, качество продукции, маркетинговая деятельность и управленческие подходы. Основная цель метода – выявление отставаний и определение направлений для повышения эффективности и конкурентоспособности.
SWOT-анализ	Является инструментом стратегического анализа, направленным на оценку внутренних и внешних факторов деятельности предприятия. Он включает четыре компонента: сильные стороны, слабые стороны, возможности и угрозы. Сильные и слабые стороны отражают внутренние характеристики предприятия, тогда как возможности и угрозы связаны с внешней средой. SWOT-анализ позволяет сформировать стратегию развития с учётом выявленных факторов и определить направления повышения конкурентоспособности.

Помимо оценки, ключевое значение имеет разработка путей повышения конкурентоспособности предприятия, отражённых в таблице 4.

Пути повышения конкурентоспособности предприятия

Пути повышения конкурентоспособности	Сущность
Инновационное развитие	Предполагает внедрение новых технологий, продуктов и управленческих решений, обеспечивающих обновление производственной базы и повышение качества продукции. В его состав входят научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки, освоение новых рынков, внедрение новых технологий и материалов.
Оптимизация бизнес-процессов	Направлена на повышение эффективности внутренней деятельности предприятия за счёт сокращения издержек, устранения неэффективных операций и повышения производительности. Включает реинжиниринг процессов, внедрение стандартов управления качеством, автоматизацию операций и улучшение логистики. Это позволяет ускорить выполнение задач и повысить качество продукции или услуг.
Развитие человеческого капитала	Заключается в повышении квалификации персонала, развитии профессиональных компетенций и формировании мотивации сотрудников. Сюда входят обучение и переподготовка кадров, системы стимулирования труда, развитие корпоративной культуры и управление знаниями. Человеческий капитал является ключевым ресурсом, определяющим способность предприятия к инновациям и адаптации.
Цифровизация	Представляет собой внедрение цифровых технологий в деятельность предприятия для повышения эффективности управления и производства. Включает использование информационных систем, автоматизацию процессов, анализ больших данных, применение искусственного интеллекта и облачных технологий. Цифровизация обеспечивает ускорение процессов, повышение прозрачности управления и улучшение качества принятия решений.

Несмотря на такое разнообразие, большинство методик имеют ряд ограничений:

- недостаточный учёт динамики внешней среды;
- сложность интеграции качественных и количественных показателей;
- высокая трудоёмкость расчёсов;
- субъективность экспертных оценок.

Это требует дальнейшего совершенствования инструментов анализа конкурентоспособности.

Перспективы развития методик. Перспективными направлениями являются:

- использование больших данных и аналитики;
- внедрение искусственного интеллекта;
- разработка адаптивных моделей оценки;
- интеграция ESG-факторов (экологических, социальных и управленческих) [4].

Такие подходы позволят повысить точность и актуальность оценки конкурентоспособности.

Таким образом конкурентоспособность предприятия является многогранной категорией, требующей комплексного подхода к оценке и управлению. Существующие методики предоставляют широкий инструментарий для анализа, однако их эффективность зависит от корректности применения и учёта специфики отрасли. В условиях цифровой трансформации и глобальной конкуренции предприятиям необходимо активно внедрять современные методы оценки и повышения конкурентоспособности. Это позволит не только сохранить позиции на рынке, но и обеспечить устойчивое развитие в долгосрочной перспективе.

Использованные источники:

1. Круглик В. М., Александров А. К., Неделькин А. Н., Савчук О. А. Конкурентоспособность предприятия (фирмы) : учебное пособие. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 285 с

2. Кузнецова Е. Ю., Амосов Н. А., Подоляк О. О., Кузьмин В. В. Организационные факторы обеспечения конкурентоспособности предприятий среднего бизнеса в информационно-сетевой экономике // Векторы благополучия: экономика и социум. 2024. Т. 52, № 4. С. 15–35.

3. Горбашко Е. А., Максимцев И. А. (ред.) Управление конкурентоспособностью : учебник для вузов. — 2-е изд. — Москва : Юрайт, 2023. — 407 с.

4. Криворотов В. В., Калина А. В. Конкурентоспособность предприятий и производственных систем : учебное пособие. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2022. — 352 с.