DOI:10.58168/EEMSISD2025_83-86
УДК 339.138

АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

ANALYSIS OF METHODS FOR ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF AN ENTERPRISE

Сибиряткина И.В., к.э.н., доцент ФГБОУ ВО Воронежский государственный лесотехнический университет имени Г.Ф. Морозова (ФГБОУ ВО «ВГЛТУ»), Воронеж, Россия.

Sibryatkina I.V., PhD in Economics, Associate Professor of the Voronezh State University of Forestry and Technologies named after G.F. Morozov, Voronezh, Russia.

Кудрявцев Н.О., магистрант, ФГБОУ ВО Воронежский государственный лесотехнический университет имени Г.Ф. Морозова (ФГБОУ ВО «ВГЛТУ»), Воронеж, Россия.

Kudryavtsev N. O., Master's student of the Voronezh State University of Forestry and Technologies named after G.F. Morozov, Voronezh, Russia.

Аннотация: В статье описываются методы оценки конкурентоспособности предприятия, определена важность применения результатов оценки конкурентоспособности в практической деятельности хозяйствующего субъекта. К основным задачами компании в части конкуренции является формирование бренда выпускаемой продукции и продвижению продукции на отраслевом рынке, повышение качества продукции, а также расширения заинтересованных в продукции покупателей. На практике существуют два вида оценки конкурентоспособности: функциональный и структурный подход, которые взаимосвязаны друг с другом. В статье представлены основные методы оценки конкурентоспособности предприятий, приводится оценка основных достоинств и выявленных недостатков.

Abstract: The article describes the methods of assessing the competitiveness of an enterprise, and defines the importance of applying the results of assessing competitiveness in the practical activities of an economic entity. The main tasks of the company in terms of competition are the formation of a brand for manufactured products and the promotion of products in the industry market, improving the quality of products, and expanding the number of buyers interested in the products. In practice, there are two types of assessing competitiveness: a functional and structural approach, which are interconnected. The article presents the main methods of assessing the competitiveness of enterprises, provides an assessment of the main advantages and identified disadvantages.

Ключевые слова: Конкурентоспособность, анализ, стратегия, методы.

Keywords: Competitiveness, analysis, strategy, methods.

© Сибиряткина И. В., Кудрявцев Н. О., 2025

Для того, чтобы оценить конкурентоспособность предприятия и повысить ее показатели необходимо правильно выбрать методы ее оценки. В целом, метод представляет собой упорядоченную совокупность процессов и операций, направленных на достижение конкретной цели и задачи исследования. Наиболее популярными методами оценки конкурентоспособности компании являются методы сравнительных преимуществ, методы теории равновесия для предприятий определенной отрасли, методы теории структурной и функциональной конкуренции.

При этом, необходимо отметить, что любые разделения методов оценки конкурентоспособности на разделы достаточно условны. В производственной действительности все из них так или иначе переплетаются друг с другом и взаимодополняют, каждый из подходов. На основании практической нецелесообразности экономисты до сих пор не выделяют многообразие данных методов в единую систему, однако, принято акцентировать свое внимание на следующих методах при выборе наиболее оптимального способа оценки конкурентоспособности.

К таким методам, в первую очередь, относится SWOT-анализ. Он выделяет наиболее сильные и слабые стороны организации, а также ее потенциальные возможности и угрозы. Данный метод основан на выявлении факторов внутренней и внешней среды, которые положительно или отрицательно влияют на эффективность функционировании фирмы. SWOT-анализ позволяет оценить сложившую ситуацию на рынке на конкретный момент времени. Данный метод помогает выбрать менеджменту предприятия направление его развития и цели стратегического планирования, учитывая имеющиеся преимущества и ориентируюсь на особенности недостатков, а также иметь возможность в нужный момент подстроиться под изменяющиеся рыночные условия и избежать возможных опасностей.

При выявлении сильных сторон компании руководство стремится направить их на улучшение показателей конкурентоспособности. Так, оно пытается сформировать собственный бренд продукции и максимально его прорекламировать, заполучить наиболее лояльных потребителей, повысить качественную составляющую производимой продукции, ведь из всего этого и складывается его конкурентоспособность, которую организацию проявит в дальнейшем с помощью работы высококвалифицированного персонала, использования новейших технологий и инновационных ресурсов [4].

Когда же предприятие проводит анализ своих слабых сторон, его конкурентоспособность начинает повышаться за счет их устранения или ослабления их влияния. Так, фирмы борются с узким ассортиментом производимой продукции и неизвестностью их торговой марки, что является прямым фактором снижения конкурентоспособности. Преодолевая данные трудности, компания может уже заниматься проблемами иного характера, например, улучшением сервисного обслуживания и поиска новых источников финансирования.

Таким образом, вышеописанный метод является наиболее удобным и распространенным для практического применения, однако существуют и другие не менее эффективные методики определения конкурентоспособности предприятия. Например, PEST-анализ, направленный на изучение внешних факторов, непосредственно действующих на организацию. К ним относятся политические, экономические, социальные и технологические

факторы. С помощью этого анализа можно выявить скрытый потенциал фирмы и перспективы ее развития с точки зрения сфер, на которые далеко не всегда высший менеджмент фокусирует внимание [1].

Другим не менее важным метод оценки конкурентоспособности является матрица БКГ. С помощью нее проводится маркетинговая оценка всей деятельности компании и особенно его продукции. В данный метод заложена основополагающая теория жизненного цикла продукции. С помощью модели пяти сил Портера мы можем оценить значимость конкуренции в отдельно взятой отрасли, выяснить возможные пути снижения прибыли предприятия и обозначить степень влияния конкурентного окружения на компанию в определенный момент времени [6]. Этот метод включает в себя проведение оценки по пяти конкурентным силам, к которым относятся состояние отраслевой конкуренции, перспективы угрозы новых конкурентов, положение поставщиков в отрасли, положение покупателей, возможность возникновения продукции-заменителей, и их комплексного взаимовлияние на данное предприятие.

Существует также метод оценки, сформированный теорией совершенной конкуренции. Если мы обратимся к первоисточнику этого метода, то сможем определить конкурентоспособное предприятие как то, что наиболее эффективно функционирует на каждом уровне своей организационно-производственной системы. Так, на эту эффективность влияет целый комплекс факторов, который складывается из имеющихся у фирмы ресурсов [2]. Поэтому и для оценки всей конкурентоспособности в рамках данного метода проводят оценку обеспеченности предприятия ресурсным потенциалом и эффективность его использования, что формирует какую-либо конкретную особенность организации, которая сможет стать ее конкурентным преимуществом.

Кроме того, на практике достаточно часто используется сравнительный метод оценки конкурентов. Он заключается в непосредственном сравнении конкурирующих компаний в различных аспектах. Например, происходит сравнение общей информации о фирмах, сбыте и производстве их продукции, о клиентской базе и имеющихся конкурентных преимуществ. На основании этих сравнений делается вывод о состоянии конкуренции между ними. Помимо этого, используется метод гипотетического многоугольника конкурентоспособности организаций [3]. Этот способ является наиболее оперативным и позволяет анализировать продукцию компании со всеми конкурентами одновременно. При этом каждая грань данного многоугольника становится отражением отдельной характеристики продукта, с помощью которых и проводится сравнение. Результаты такого многопланового сравнения позволяют сделать предположение о том, какие фирмы мы можем считать конкурирующими, а какие нет [5].

Таким образом, существуют большое количество разнообразных методов оценки конкурентоспособности, с помощью которых можно корректировать конкурентную стратегию предприятия с целью повышения эффективности экономической деятельности предприятия. В каждой конкретной ситуации для оценки показателей уровня конкурентоспособности предприятия можно обоснованно выбрать метод, который имеет преимущество для конкретной ситуации. Использование на практике совокупности предложенных методов оценки конкурентоспособности будет способствовать росту

достоверности полученных результатов, возможности их использования для целей прогнозирования [7].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Климова, Е. Л. Конкуренция на рынке: подходы к оценке. – М.: Юрайт, 2019.

2. Михайлова, Н. В. Конкурентоспособность: сущность и методы оценки. – М.: РГСУ, 2020.

3. Никифоров, А. С. Конкуренция и стратегия: монография. – М.: Эксмо, 2021.

4. Романов, В. И. Анализ конкурентоспособности: теория и методология. – М.: КНОРУС, 2022.

5. Смирнов, А. Г. Стратегии повышения конкурентоспособности. – М.: ЭКСМО, 2023.

6. Степанова, М. П. Практика оценки конкурентоспособности. – М.: ИНФОЛИО, 2019.

7. Тихомиров, П. Л. Основы анализа конкурентоспособности организаций. – Самара: СамГТУ, 2021.

REFERENCES

1. Klimova, E. L. Competition in the market: approaches to assessment. Moscow: Yurayt, 2019.

2. Mikhailova, N. V. Competitiveness: the essence and methods of assessment. Moscow: RGSU, 2020.

3. Nikiforov, A. S. Competition and strategy: a monograph. Moscow: Eksmo, 2021

4. Romanov, V. I. Competitiveness analysis: theory and methodology. Moscow: KNORUS, 2022.

5. Smirnov, A. G. Strategies for increasing competitiveness. Moscow: EKSMO, 2023.

6. Stepanova, M. P. Practice of assessing competitiveness. Moscow: INFOLIO, 2019.

7. Tikhomirov, P. L. Fundamentals of the analysis of competitiveness of organizations. Samara: SamSTU, 2021.