

## *КЛАССИФИКАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ*

**М.Б. ЩЕПАКИН, Е.В. КРИВОШЕЕВА**

*Кубанский государственный технологический университет  
350072, Российская Федерация, г. Краснодар, ул. Московская, 2*

Рыночная экономика породила острую конкуренцию во всех отраслях хозяйствования, что предопределило выработку инструментов и методов оценки конкурентоспособности предприятия с целью получения конкурентных преимуществ в меняющейся рыночной среде. Предметом исследования выступают факторы и методы оценки конкурентоспособности предприятия, определяющие устойчивое развитие субъекта хозяйствования на рынке. В статье рассмотрены факторы, определяющие конкурентоспособность предприятий. В условиях реального промышленного производства факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятий изменчивы. Одни факторы влияют значительно при определенных состояниях рынка, другие слабо себя проявляют в действии при меняющихся обстоятельствах внешнего окружения. По степени влияния на деятельность предприятия выделены внутренние и внешние факторы. В свою очередь они подразделены на «жесткие» и «мягкие», классификация которых дополнена. Набор определяющих конкурентоспособность факторов дает возможность высшему менеджменту учитывать ресурсы, которые ранее не рассматривались при повышении конкурентоспособности предприятий. Имея представление о факторах, определяющих конкурентоспособность предприятий, дана классификация основных методов оценки конкурентоспособности предприятия. На основе выявленных и классифицированных факторов, определяющих конкурентоспособность предприятий, сформирован ресурсно-мотивационный метод оценки конкурентоспособности предприятия. Он предусматривает интеграцию ресурсов и мотиваций элементов (звеньев, составляющих), формирующих внутреннюю структуру субъекта хозяйствования и определяющих его конкурентное положение на рынке. Применялись такие методы как сравнительный анализ, построение классификаций и группировок, факторный анализ, метод экспертных оценок. Использование предложенного метода на основе нового интегрального показателя поможет выявить наиболее эффективные бизнес-процессы, протекающие на предприятии, которые будут способствовать достижению стратегических, тактических и операционных задач предприятия.

**Ключевые слова:** классификационные аспекты, факторы, методы оценки, конкурентоспособность предприятия, ресурсно-мотивационный метод, интерференция мотивации, интегральный показатель конкурентоспособности.

Преобразования, происходящие сегодня в рыночной среде, оказывают отрицательное влияние на деятельность большинства предприятий. Неконтролируемые факторы (политическая ситуация, экономический кризис, валютно-денежная политика, инфляция и др.) заставляют их адаптироваться к новым реалиям рынка за счет своих конкурентных преимуществ. Обретение

конкурентной стабильности возможно только при учете, оценке и классификации тех факторов, процессов и сил которые по-разному воздействуют на предприятия и перспективы развития их в бизнесе. Так, ключевым звеном в системе управления предприятием на современном этапе развития российской экономики является поиск подходов к использованию имеющихся возможностей для повышения конкурентоспособности предприятия.

В экономической литературе встречаются описания различных подходов к повышению конкурентоспособности предприятий. Наиболее значительный вклад внес американский ученый Майкл Портер [1, с. 25], который разработал теорию конкурентного преимущества. Суть её сводится к тому, что для обеспечения своей конкурентоспособности предприятия должны постоянно заботиться о наиболее полном и эффективном использовании имеющихся и приобретаемых ими ресурсов. Эффективное использование ресурсов создает предпосылки для устойчивого роста и завоевания предприятием конкурентных позиций. В этом случае ресурсы представляют собой набор факторов, определяющих состояние конкурентоспособности предприятий [2, с. 36-44]. В современной рыночной ситуации факторы, которые воздействуют на конкурентоспособность предприятия, изменчивы и разнообразны. Так, например, макроэкономические факторы формируют основные условия функционирования предприятия на рынке, а внутренние факторы создают предпосылки к обеспечению конкурентного преимущества. Таким образом, наличие многообразия факторов, определяющих конкурентоспособность предприятия, определила необходимость разработки их классификации. Представляется целесообразным выделить факторы внешнего окружения и факторы внутренней среды, определяющие конкурентоспособность предприятий применительно к той отрасли, в которой действует предприятие (таблица 1). В свою очередь представленные факторы можно подразделить на «жесткие» и «мягкие». «Жесткие» факторы представляют собой факторы, которые в течение длительного времени сохраняют свое постоянное действие.

А под «мягкими» понимают факторы, которые изменчиво проявляют себя под воздействием меняющихся внешних условий. «Мягкие» факторы учитывают влияние «жестких» и создают предпосылки к повышению конкурентоспособности предприятий [3, с. 219-229].

Таблица 1 – Классификация факторов, определяющих конкурентоспособность предприятий

Факторы внутренней среды		Факторы внешнего окружения	
Жесткие	Мягкие	Жесткие	Мягкие
Факторы, определяющие технико-экономическую и финансовую деятельность	Факторы, определяющие инвестиционную и инновационную способность	Факторы, определяющие макроэкономическое состояние отрасли и положения предприятия в нем	Факторы, определяющие природно-климатическое состояние
Факторы, определяющие трудовой потенциал и состояние трудовых ресурсов	Факторы, определяющие инвестиционную активность и привлекательность	Факторы, определяющие уровень риска	Факторы, определяющие рыночное состояние
Факторы, определяющие состояние системы управления предприятием	Факторы, определяющие конкурентное преимущество продукции	Факторы, определяющие инвестиционное состояние отрасли	Фактор, определяющий урбанизацию
Нормативно-правовой фактор	Факторы, определяющие маркетинговую и коммуникационную деятельность	Инновационный фактор	Факторы, определяющие коммуникационную деятельность
Мотивационный фактор	Мотивационно-стимулирующий фактор	Фактор, определяющий нормативно-правовое регулирование	Мотивационный фактор

Факторы внутренней среды представляют собой совокупность параметров, оказывающих регулирующее воздействие на деятельность субъекта, функционирующего в экономических, трудовых, организационных и коммуникационных взаимоотношениях. К ним относятся:

1) «жесткие» факторы: а) система управления предприятием; б) трудовой потенциал и система трудовых ресурсов; в) технико-экономическая и финансовая деятельность (эффективность использования основных фондов, уровень использования материальных ресурсов; уровень использования производственных мощностей; эффективность внутреннего потенциала предприятия; ликвидность и платежеспособность, деловая активность); г) нормативно-правовой (права и обязанности персонала; иерархия управления, договора и обязательства предприятия); д) мотивация элементов системы на устойчивое развитие предприятия;

2) «мягкие» факторы: а) инвестиционная и инновационная способность; б) инвестиционная активность и привлекательность; в) коммуникационная (коммуникационное взаимодействие между сотрудниками, организационная культура предприятия и поведение сотрудников) и маркетинговая (сбытовая деятельность, состояние системы логистики, продвижение) деятельность [4, с. 65-80]; г) конкурентное преимущество продукции (конкурентоспособность товара); д) мотивационно-стимулирующий, определяющий поведение персонала.

Факторы внешнего окружения – набор не поддающихся влиянию условий и сил, требующих систематического адаптационно-коммуникационного приспособления к ним всех участников рыночного пространства. К ним относятся:

1) «жесткие» факторы: а) риск (риск банкротства, коммерческий риск, предпринимательский риск, риск неисполнения хозяйственных договоров, инвестиционный риск); б) макроэкономическое состояние отрасли и положение предприятия в нем (инфляция, налогообложение, денежно-кредитная политика и политическая ситуация в стране, девальвация национальной валюты); в) инвестиционный (инвестиционный климат, инвестиционная привлекательность отрасли, инвестиционная привлекательность территории); г) инновационный, определяющий инновационное состояние отрасли [5, с. 7-10]; д) нормативно-правовое регулирование (акты и постановления органов власти);

2) «мягкие» факторы: а) природно-климатический (условия, которые предприятие может использовать во благо себе); б) урбанизация (прирост населения, состояние миграции); в) рыночное состояние отрасли (конкуренция, платежеспособный спрос, качество жизни, ценообразование, продуктовая приверженность); г) коммуникационный (имидж предприятия, потеря репутации, узнаваемость бренда, рыночные агенты) [6, с. 132]; д) мотивационный, определяющий отношение субъектов к различным преобразованиям и их развитию.

Набор определяющих конкурентоспособность факторов дает возможность высшему менеджменту учитывать ресурсы, которые ранее не рассматривались при разработке мер по повышению конкурентоспособности предприятий. Имея представление о факторах, определяющих конкурентоспособность предприятий, необходимо классифицировать методы оценки конкурентоспособности предприятия, которые представлены в таблице 1. Существуют различные методы оценки конкурентоспособности предприятий (таблица 2). Одни экономисты предлагают оценивать конкурентоспособность предприятий с помощью комплексного (интегрального) показателя, другие – на основе единичных (частных) показателей [7, с. 716–731]. Ряд авторов придерживается мнения, что следует проводить оценку с помощью матричных и экспертных методов [8, 184-193].

Таблица 2 – Классификация методов оценки конкурентоспособности предприятий

Автор	Характеристика
<i>1. Методы, основанные на расчете интегрального показателя</i>	
Фатхутдинов Р.А. [9, с. 293–302]	предусматривает расчет уровня конкурентоспособности как средневзвешенной величины по показателям конкурентоспособности конкретных товаров на конкретных рынках
Целикова Л.В. [10, с. 47-55]	предусматривает расчет интегрального показателя конкурентоспособности предприятия по 8 основным показателям, учитывая количественную характеристику уровня конкурентоспособности по шкале Ансоффа

Максимова И.В. [11, с. 33-39]	предусматривает определение комплексного показателя конкурентоспособности предприятия на основе расчета средней арифметической взвешенной с использованием коэффициентов весомости по 4 группам показателей
<i>2. Методы, основанные на расчете частных показателей</i>	
Воронов А.А. [12, с. 27-29]	определяет конкурентоспособность предприятия по среднеарифметическому или по средневзвешенному показателю конкурентоспособности отдельных видов продукции
Ермолов М.О. [13, 121-130]	акцентирует внимание на анализе уровня монополизации рынка, концентрации производства и капитала, барьеров для входа на рынок
Азоев Г.Л. [14, с. 86-92]	акцентирует внимание на анализе уровня монополизации рынка, концентрации производства и капитала, интенсивности конкуренции
<i>3. Экспертные методы</i>	
Захарченко В.И. [15, с. 13-14]	предполагает сравнительную оценку конкурентоспособности в баллах по четырем группам факторов
Соколова С.И. Градов А.П. [16, с. 199-208]	предполагает оценивать конкурентные преимущества предприятия посредством присвоения весовых оценок каждой группе показателей
<i>4. Матричные методы</i>	
SWOT-анализ	предполагает анализ внутренних и внешних факторов, оказывающих влияние на деятельность предприятия
БКГ	предполагает построение матрицы по двум критериям: «относительная доля рынка» и «темпы роста объемов спроса в отрасли»
Мак-Кинзи	оценка на основе «экрана» бизнеса – двумерной матрицы, построенной для двух факторов
М. Портер [17, с. 182].	модель базовых стратегий учитывает влияния пяти конкурентных сил на рыночную позицию экономического субъекта
<i>5. Ресурсно-мотивационный метод</i>	
Щепакин М.Б., Кривошеева Е.В.	использует ресурсы каждого субъекта, в том числе мотивационный ресурс, определяющий отношение субъекта к решению задач функционирования и развития предприятия, реализация которых способна обеспечить требуемый уровень конкурентоспособности предприятия

Известные методы оценки конкурентоспособности предприятий имеют следующие недостатки (таблица 2):

- сужают область оценки факторов, определяющих уровень конкурентоспособности предприятий и не ориентируются на остальных участников рыночного пространства;

- учитывают в основном внутренний потенциал предприятий, т.е. внутренние факторы, или рассматривают конкурентоспособность предприятий

только в зависимости от структуры рынка и конкуренции на нем (внешние факторы);

– не позволяют учесть региональные и отраслевые факторы конкурентоспособности предприятий.

– матричные и экспертные методы не могут применяться с достаточной степенью достоверности для укрупненной оценки конкурентоспособности предприятий, т.к. в достаточной мере не дают объективных результатов и в основном используются в качестве дополнительных;

Нами предлагается так называемый ресурсно-мотивационный метод, который предусматривает интеграцию ресурсов и мотиваций звеньев (элементов, составляющих) трудового ресурса субъекта, имеющих индивидуальные мотивы и интересы, проявляющие себя в виде повторяющихся действий (связанных с поиском и воплощением этими звеньями рациональных решений по функционированию и развитию предприятия) в интересах обретения им устойчивого конкурентного положения. Происходит интерференция мотиваций при заданном ресурсном наборе предприятия, т.е. наложение мотиваций звеньев (элементов, составляющих) и основного набора элементов субъекта друг на друга для построения интегрированного мотивационного вектора, отражающего интересы участников взаимодействия во благо предприятия и обретения им конкурентного преимущества на развивающемся рынке. Обозначенный мотивационный вектор определяет характер действий персонала, участников коммуникационного пространства и собственно предпринимательское поведение субъекта хозяйствования (предприятия).

Предложенный нами подход предусматривает учет (оценку) выделенных в таблице 1 факторов конкурентоспособности предприятия на основе интегрального показателя ( $U_k$ ). Все факторы сгруппированы в 5 блоков:

- 1) блок экономической и финансовой деятельности предприятия;
- 2) блок менеджмента предприятия (трудовой потенциал, состояние трудовых ресурсов, системы управления предприятием, уровень

конкурентоспособности продукции, маркетинговая и коммуникационная деятельность, нормы и правила предприятия, мотивация и стимулирование персонала);

3) блок инвестиционно-инновационной деятельности предприятия и отрасли;

4) блок макро- и микроокружения предприятия (уровень риска, макроэкономическое состояние отрасли и положения предприятия в нем, рыночное состояние, природно-климатические условия, урбанизация и нормативно-правовое регулирование);

5) мотивационно-коммуникационный блок, создающий коммуникационное пространство, в котором гармонизованы и согласованы интересы, задачи, ресурсы в рамках единой мотивации участников взаимодействия [18, с. 83-85].

Определяется перечень индексов уровня конкурентоспособности, входящих в выделенные блоки. Формула расчета интегрального показателя конкурентоспособности предприятия ( $U_k$ ) будет иметь следующий вид

$$U_k = I_{ef} \times \gamma_1 + I_{mp} \times \gamma_2 + I_{iia} \times \gamma_3 + I_{mmo} \times \gamma_4 + I_{mk} \times \gamma_5,$$

где  $I_{ef}$ ,  $I_{mp}$ ,  $I_{iia}$ ,  $I_{mmo}$ ,  $I_{mk}$  – индексы: экономической и финансовой деятельности предприятия; менеджмента предприятия; инвестиционно-инновационной деятельности предприятия и отрасли; макро- и микроокружения предприятия; мотивационно-коммуникационный.

$\gamma_1, \gamma_2, \gamma_3, \gamma_4, \gamma_5$  – весомость индексов в общей совокупности.

Таким образом, предложенная классификация факторов, определяющих конкурентоспособность предприятия, обеспечивает учет изменчивых факторов внутренней и внешней среды предприятия в интересах всех участников рыночного пространства. Она позволяет сформировать условия и предпосылки для завоевания предприятием конкурентных преимуществ посредством активизации недостаточно эффективно используемых ресурсов и в первую очередь мотиваций участников взаимодействия. Систематизация факторов, определяющих конкурентоспособность предприятия на основе ресурсно-



мотивационного подхода к оценке конкурентоспособности предприятия, обеспечивает установление взаимосвязи ресурсов и мотиваций основных элементов трудового потенциала предприятия и вовлекаемых во взаимодействие рыночных агентов.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Портер М.Е. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость; пер. с англ. Е. Калинина / М.Е. Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 714 с.

2. Щепакин М.Б., Цицилина В.М. Методический подход к оценке эффективности использования ресурсов на предприятиях хлебопродуктового подкомплекса // Научно-технические ведомости СПбГПУ: «Экономические науки». – СПб: Изд. Политехнического университета. – 2007. – № 4(52). – С.36–42.

3. Щепакин М.Б., Попова Л.В, Каменецкая Е.В. Классификационный подход к оценке факторов, определяющих конкурентоспособность предприятий (на примере хлебопекарной отрасли) // Научно-технические ведомости СПбГПУ: «Экономические науки». – СПб: Изд. Политехнического университета. – 2011.– № 2(119). – С. 219–229.

4. Щепакин М.Б., Хандамова Э.Ф., Фицурина М.С. Управление производственным предприятием в условиях его адаптации к требованиям рынка монография / М.Б. Щепакин, Э.Ф. Хандамова, М.С. Фицурина. – Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2008. – 355 с.

5. Щепакин М.Б., Томилко Ю.В. Теоретико-методологические аспекты управления инновационным кластером: монография/ М.Б. Щепакин, Ю.В.Томилко. – Краснодар.: Издательский Дом-Юг, 2013. – 150 с.

6. Щепакин М.Б., Хандамова Э.Ф., Фицурина М.С. Маркетинговое управление и формирование эффективных коммуникаций в условиях развивающегося рынка: монография / М.Б. Щепакин, Э.Ф. Хандамова, М.С. Фицурина. – Краснодар: Изд. КубГТУ, 2008. – 241 с.

7. Щепакин М.Б., Кривошеева Е.В., Третьяков Р.М. К разработке методического подхода к оценке конкурентоспособности предприятий в условиях их маркетинговой ориентации // Политематический сетевой электронный научный журнал КубГАУ [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2012. – № 07(81). – С. 716–731.

8. Щепакин М.Б., Кривошеева Е.В. К формированию системы управления конкурентоспособностью производственных предприятий в меняющейся рыночной среде // Альтернативные пути преодоления глобального экономического кризиса: Материалы междунар. научно-практ. конф. / Под ред. д-ра экон. наук, проф. М.Б. Щепакина..– Краснодар: Изд. КЦНТИ, 2013. – С. 184-193.

9. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Эксмо, 2005. – 544 с.

10. Целикова Л.В. Конкурентоспособность рынка кожаной обуви в республике Беларусь // Маркетинг. – 2000. – № 3. – С. 47–55.

11. Максимова И. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия // Маркетинг. – 1996. – № 3. – С.33–39.

12. Воронов А.А. К оценке уровня конкурентоспособности машиностроительных предприятий // Машиностроитель. – 2000. – № 12. – С. 27–29.

13. Ермолов М.О. Конкурентоспособность предприятий: учебник / М.О. Ермолов. – СПб.: Бизнес–пресса, 2007. – 271 с.

14. Азоев Г.А. Конкуренция: анализ, стратегия, тактика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.

15. Захарченко В.И. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятия // Машиностроитель. – 1999. – № 1. – С. 13–17.

16. Соколова С.И., Градов А.П. Управление процессом поддержки конкурентоспособности промышленного предприятия в условиях экономического кризиса // Научно-технические ведомости СПбГПУ. – 2009. – № 3. – С. 199–208.

17. Бондарец М. С. Анализ фондового рынка методом пяти сил Портера / М. С. Бондарец // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2010. – № 1. – С. 180–185.

18. Хандамова Э.Ф. Маркетинговое коммуникационное поле предприятия: формирование и развитие : монография / Э.Ф. Хандамова; ФГБОУ ВПО «КубГТУ». – Краснодар: Издательский Дом – Юг, 2013. – 460 с.

#### REFERENCES

1. Porter M.E. Konkurentnoe preimushhestvo: kak dostich' vysokogo rezul'tata i obespechit' ego ustojchivost'. – M.:Al'pina Biznes Buks, 2005.–714 p.

2. Shhepakin M.B., Cicilina V.M. Metodicheskij podhod k ocenke jeffektivnosti ispol'zovanija resursov na predpriyatijah hleboproduktovogo podkompleksa // Nauchno-tehnicheskie vedomosti SPbGPU: «Jekonomicheskie nauki». – SPb: Izd. Politehnicheskogo universiteta. – 2007. – № 4. – P.36–42.

3. Shhepakin M.B., Popova L.V, Kameneckaja E.V. Klassifikacionnyj podhod k ocenke faktorov, opredeljajushhih konkurentosposobnost' predpriyatij (na primere hlebopekarnoj otrasli) // Nauchno-tehnicheskie vedomosti SPbGPU: «Jekonomicheskie nauki». – SPb: Izd. Politehnicheskogo universiteta. – 2011.– № 2(119). – P. 219–229.

4. Shhepakin M.B., Handamova Je.F., Ficurina M.S. Upravlenie proizvodstvennym predpriyatiem v uslovijah ego adaptacii k trebovanijam rynka monografija.– Rostov n/D: Izd-vo JuFU, 2008. – 355 p.

5. Shhepakin M.B., Tomilko Ju.V. Teortiko-metodologicheskie aspekty upravlenija innovacionnym klasterom: monografija. – Krasnodar.: Izdatel'skij Dom-Jug, 2013. – 150 p.

6. Shhepakin M.B., Handamova Je.F., Ficurina M.S. Marketingovoe upravlenie i formirovanie jeffektivnyh kommunikacij v uslovijah razvivajushhegosja rynka: monografija. – Krasnodar: KubGTU, 2008. – 241 p.

7. Shhepakin M.B., Krivosheeva E.V., Tret'jakov R.M. K razrabotke metodicheskogo podhoda k ocenke konkurentosposobnosti predpriyatij v uslovijah ih

marketingovoj orientacii // Politematicheskij setevoj jelektronnyj nauchnyj zhurnal KubGAU. – Krasnodar: KubGAU, 2012. – № 07(81). – P. 716–731.

8. Shhepakina M.B., Krivosheeva E.V. K formirovaniju sistemy upravlenija konkurentosposobnost'ju proizvodstvennyh predpriyatij v menjajushhejsja rynochnoj srede // Al'ternativnye puti preodolenija global'nogo jekonomicheskogo krizisa: Materialy mezhdunar. nauchno-prakt. konf. / Pod red. d-ra jekon. nauk, prof. M.B. Shhepakina.. – Krasnodar: Izd. KCNTI, 2013. – P. 184-193.

9. Fathutdinov R.A. Upravlenie konkurentosposobnost'ju organizacii: uchebnik. – M.: Jeksmo, 2005. – 544 p.

10. Celikova L.V. Konkurentosposobnost' rynka kozhanoj obuvi v respublike Belarus' // Marketing. – 2000. – № 3. – P. 47–55.

11. Maksimova I. Ocenka konkurentosposobnosti promyshlennogo predpriyatija // Marketing. – 1996. – № 3. – P.33–39.

12. Voronov A.A. K ocenke urovnja konkurentosposobnosti mashinostroitel'nyh predpriyatij // Mashinostroitel'. – 2000. – № 12.– P. 27–29.

13. Ermolov M.O. Konkurentosposobnost' predpriyatij: uchebnik. – SPb.: Biznes–pressa, 2007. – 271 p.

14. Azoev G.A. Konkurencija: analiz, strategija, taktika. – M.: Centr jekonomiki i marketinga, 1996. – 208 p.

15. Zaharchenko V.I. Ocenka i analiz konkurentosposobnosti predpriyatija // Mashinostroitel'. – 1999. – № 1. – P. 13–17.

16. Sokolova S.I., Gradov A.P. Upravlenie processom podderzhki konkurentosposobnosti promyshlennogo predpriyatija v uslovijah jekonomicheskogo krizisa // Nauchno-tehnicheskie vedomosti SPbGPU. – 2009. – № 3. – P. 199–208.

17. Bondarec M. S. Analiz fondovogo rynka metodom pjati sil Portera // Vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo jekonomicheskogo universiteta (RINH). – 2010. – № 1. – P. 180–185.

18. Handamova Je.F. Marketingovoe kommunikacionnoe pole predpriyatija: formirovanie i razvitie : monografija. – Krasnodar: Izdatel'skij Dom – Jug, 2013. – 460 p.

*CLASSIFICATION ASPECTS OF AN ESTIMATION ENTERPRISE'S  
COMPETITIVENESS*

**M.B. SCHEPAKIN, E.V. KRIVOSHEEVA**

*Kuban State Technological University,  
2, Moskovskaya st., Krasnodar, Russian Federation, 350072*

The market economy generated an intense competition in all managing's branches of that predetermined development of tools and methods estimation of enterprise competitiveness for the purpose of obtaining competitive advantages in the changing market environment. The subject of the research is the estimation factors and methods of enterprise competitiveness defining a sustainable development of an economic entity in the market act. The paper considers factors, which define competitiveness of enterprises. In the conditions of real industrial production the factors influencing of enterprise competitiveness are changeable. One factors influence considerably at certain conditions of the market, others poorly proves in operation under the changing circumstances of an external environment. On extent of influence on activity of the enterprise internal and external factors are allocated. In turn they are subdivided on "rigid" and "soft" which classification is added. The set of the factors defining competitiveness gives the chance to the highest management to consider resources which weren't considered at increase of enterprise competitiveness earlier. Having idea of the factors defining competitiveness of the enterprises classification of the main methods of an assessment of enterprise competitiveness is given. On the basis of the revealed and classified factors defining competitiveness of the enterprises the resource and motivational method an estimation of enterprise competitiveness is created. It provides integration resources and motivations of the elements (links, components) forming internal structure of an economic entity and defining its competitive position in the market. Such methods as the comparative analysis, creation of classifications and groups, the factorial analysis, method of expert evaluations were applied. Use of the offered method on the basis of a new integrated indicator will help to reveal the most effective business processes proceeding at the enterprise which will promote achievement of strategic, tactical and operational tasks of the enterprise.

**Keywords:** Classification aspects, factors, estimation methods, the company's competitiveness, resource and motivational method, the interference of motivation, integrated indicator of competitiveness