

Научная статья

Original article

УДК 338.12.017

doi: 10.55186/2413046X_2022_7_12_740

**ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕХАНИЗМОВ ОЦЕНКИ УРОВНЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ
ПРЕДПРИЯТИЙ**

**RESEARCH OF MODERN MECHANISMS FOR ASSESSING THE LEVEL
OF COMPETITIVENESS OF HIGH-TECH ENTERPRISES**



Сазонова Марина Владимировна, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга высокотехнологичных отраслей промышленности Московского авиационного института (Национального исследовательского университета); E-mail: Pmenmai@yandex.ru

Михайлова Любовь Викторовна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга высокотехнологичных отраслей промышленности Московского авиационного института (Национального исследовательского университета); E-mail: lubov999999@mail.ru

Sazonova Marina Vladimirovna, Senior Lecturer at the Department of Management and Marketing of High-Tech Industries of the Moscow Aviation Institute (National Research University); E-mail: Pmenmai@yandex.ru

Mikhailova Lyubov Viktorovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and Marketing of High-Tech Industries of the Moscow Aviation Institute (National Research University); E-mail: lubov999999@mail.ru

Аннотация. Текущая экономическая ситуация связана с введением целого ряда ограничений в сфере экономики в связи с чем особое значение приобретает

проблема организации работы высокотехнологичных/наукоемких предприятий на отечественном рынке, а также развития определенных преимуществ, которые позволят им одержать победу в конкурентной борьбе. Менеджменту предприятий необходимо акцентировать свое внимание на поиске точек для роста показателей конкурентоспособности предприятия, однако отсутствие в настоящее время единого, универсального подхода для анализа и оценки уровня конкурентоспособности, приводит к возникновению определенных сложностей при выборе инструментов/методов проведения оценки конкурентоспособности. В статье структурированы и описаны методы, использующиеся для оценки уровня конкурентоспособности высокотехнологичных предприятий, определен их спектр преимуществ и свойственных им недостатков. Целью проводимого в статье исследования является изучение, анализ и последующая оценка работы различных групп методов, применяющихся для оценки конкурентоспособности высокотехнологичных предприятий, с последующим выделением одного из них для более подробного практического исследования, на примере условно созданного и работающего высокотехнологичного/наукоемкого предприятия. Проанализирована структура метода проектирования «многоугольника конкурентоспособности», с последующим выделением стадий применения данного метода в современных условиях. Автором рассматриваются условное предприятие работающее на рынке, представлен механизм анализа показателей его конкурентоспособности, проведено сравнение с условным конкурирующим предприятием. На основе полученного набора результатов приведены выводы/предложения, составлен набор рекомендаций способствующих в условиях оказываемого санкционного давления со стороны западных стран повысить показатели конкурентоспособности высокотехнологичного предприятия. Результаты проведенного автором статьи исследования позволило студентам не только актуализировать, но и повысить степень своих исследовательских и научно-практических навыков.

Abstract. The current economic situation is associated with the introduction of a number of restrictions in the field of economics, and therefore the problem of organizing the work of high-tech/ knowledge-intensive enterprises in the domestic market, as well as the development of certain advantages that will allow them to win the competition, is of particular importance. The management of enterprises needs to focus on finding points for the growth of enterprise competitiveness indicators, however, the lack of a single, universal approach for analyzing and assessing the level of competitiveness currently leads to certain difficulties in choosing tools/methods for assessing competitiveness. The article structures and describes the methods used to assess the level of competitiveness of high-tech enterprises, defines their range of advantages and inherent disadvantages. The purpose of the research conducted in the article is to study, analyze and further evaluate the work of various groups of methods used to assess the competitiveness of high-tech enterprises, with the subsequent allocation of one of them for a more detailed practical study, using the example of a conditionally created and operating high-tech/knowledge-intensive enterprise. The structure of the «polygon of competitiveness» design method is analyzed, followed by the identification of the stages of application of this method in modern conditions. The author considers a conditional enterprise operating in the market, presents a mechanism for analyzing its competitiveness indicators, and compares it with a conditional competing enterprise. Based on the results obtained, conclusions/proposals are presented, a set of recommendations is compiled that contribute to improving the competitiveness of a high-tech enterprise in the conditions of the sanctions pressure exerted by Western countries. The results of the research conducted by the author of the article allowed students not only to update, but also to increase the degree of their research and scientific-practical skills.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, маркетинговый анализ, матричные модели, проектное моделирование, стратегическое развитие, цифровые тренды, управление затратами

Keywords: enterprise competitiveness, marketing analysis, matrix models, project modeling, strategic development, digital trends, cost management

Введение

Современные экономические условия в определенной степени осложнены внешним санкционным давлением на экономику РФ, а значит в определенной степени и обостряется проблема связана с уровнем конкурентоспособности высокотехнологичных отечественных предприятий, возможности их работы и способности адекватным образом реагировать на многочисленные вызовы, которые продиктованы внешней средой. Показатели конкурентоспособности, включая его способность своевременным образом реагировать на различных спектр изменений, происходящих во внешней среде, адаптироваться к ним, а также проводить эффективную рыночную деятельность является ключевым показателем финансово-экономической безопасности предприятия, который показывать степень устойчивости его работы. Условия многофакторности работы высокотехнологичного предприятия напрямую связаны с поддержанием на достаточно высоком уровне различных структурных групп показателей конкурентоспособности, а следовательно она становится условием, которое обеспечивает общую эффективность его работы, поэтому проблема, связанная с ростом конкурентоспособности целесообразно рассматривать в контексте разработки общей стратегии развития высокотехнологичного предприятия. В свою очередь она будет представлена как фактор характеризующей успешность работы предприятия на определенном рынке [1, с.35]. Практически каждое предприятие, образующиеся на рынке, работает, развивается и производит товары с целью максимизации показателей прибыли. Данная цель достигается в случае, когда соблюдены определенные группы параметров [14, с.60]:

- кадровый состав предприятия обладает спектром необходимых знаний и умений и сформирован с учетом реалий цифровой экономики;

- маркетинговый анализ рынка происходит на постоянной основе и строится на передовых методах с использованием технологий искусственного интеллекта;
- управленческий аппарат предприятия трансформируется в соответствии с актуальными условиями и факторами, диктуемыми внешней средой;
- менеджмент предприятия владеет необходимым знанием экономических показателей и характеристик высокотехнологичного предприятия, а значит способен на ранней стадии увидеть проблемные составляющие и своевременным образом их устранить [16, с.42].

Одним из многочисленных факторов, в реальной степени оказывающих воздействие на увеличение показателей прибыли, получаемой предприятием, является показатель конкурентоспособности, который сравнивается с другими предприятиями, представленными на рынке. Целью проводимого в статье исследование является изучение, анализ и последующая оценка работы различных групп методов, применяющихся для оценки конкурентоспособности высокотехнологичных предприятий, с последующим выделением одного из них для более подробного практического исследования, на примере условно созданного и работающего высокотехнологичного/наукоемкого предприятия.

Материалы и методы исследования

Процесс достижения высокотехнологичным предприятием показателей конкурентоспособности в первую очередь связан с вопросами ее оценки, т.е. в целесообразности разработки и интеграции комплекса различных мероприятий которые направлены на повышение текущего уровня конкурентоспособности, разработки продукции востребованной со стороны покупателей, активному поиску контрагентов и последующему расширению своего присутствия на принципиально новых рынках за счет притока инвестиций. Безусловно, все предприятия работают в условиях динамичной среды, а значит на постоянной основе подвержены тем или иным изменениям, поэтому проведение анализа и последующей оценки показателей уровня конкурентоспособности должны

менеджментом предприятия проводится перманентно, учитывая при этом релевантную информацию, которая содержит в себе данные о внешней и внутренней среде [13, с.140].

Показатель конкурентоспособности представляет собой достаточно сложную, многофакторную категорию, которая формируется из обширного многообразия факторов (внешних/внутренних), то неизбежным образом возникает проблема, связанная с механизмами ее оценки. Используемые в настоящее время методики оценки имеют недостаточный уровень проработки, отсутствует единый комплексный подход, предприятия как правило вынуждены применять собственные способы/инструменты анализа конкурентоспособности в следствии чего получаемые результаты имеют высокую степень поляризации данных в сравнении со схожими по предприятиями. В результате это приводит к тому, что решения в сфере управления имеют не верный вектор направленности, повышается риск развития негативных для предприятия последствий. В профильной экономической литературе присутствует достаточно большое число методов позволяющих проводить комплексную оценку текущего уровня конкурентоспособности предприятия, при этом их можно структурировать в две обширные группы [8, с.90].

Первая группа «продуктовые методы». В состав данной группы входят методы, которые основываются на определении различных групп показателей конкурентоспособности предприятия, напрямую зависящих от того насколько востребована, выпускаемая предприятием продукция у потребителей. Расчет по данным методам заключается в определении по каждому отдельному виду продукции ряда определенных показателей, которые являются ключевыми для объема реализации, затем необходимо определение значение коэффициента для самого высокотехнологичного предприятия (он определяется для отдельно для каждого предприятия) [15, с.8]. Однако данная группа методов не принимает во внимание степень влияния множества факторов на предприятие, а значит

полученные данные имеют низкую степень практической значимости. При использовании методов, входящих в данную группу конкурентоспособность предприятия, будет определяться на базе структуры показателей ее отдельных видов производимой продукции, удельных весов в совокупности общей структуры реализованной продукции. Учет реализованной продукции с позиции одного из ключевых показателей, определяющих значение общего уровня конкурентоспособности, является неоспоримым достоинством применения данного подхода, но в свою очередь он имеет ограничение так как является всего лишь одним показателем из множества факторов, а механизм его расчета имеет ряд трудностей сопряженных с высоким уровнем дифференции товаров, которые конкурируют между собой [10, с.108].

Вторая группа «системный подход». Методы входящие в данную группу основываются на научном подходе, который предполагает выбор системы, состоящей из различных групп показателей (финансово-экономических, производственно-технологических, инновационно-цифровых, социальных и т.д.), с последующим определением числовых значений показателей и расчета интегральной оценки по следующей формуле:

$$K = \sum_{i=1}^n E_i R_i \quad (1)$$

где, E_i – показатель весового значения отдельных групп факторов в структуре общей суммы показателей;

R_i – группа частных показателей в структуре конкурентоспособности, показывающие различный перечень профиля деятельности предприятия, при этом общее количество которых n .

Мнения, высказываемые профильными экспертами и экономистами по поводу целесообразности включения в структуру расчета многоаспектного интегрального показателя различных факторных групп, различаются и зависят как правило от научных представлений, учитывающих ту или иную сферу, в которой проводятся исследования. Необходимо отметить, что использование

абсолютно разных по своей структуре способов экспертных оценок весовых показателей факторных групп может в определенной мере исказить полученные в ходе анализа данных, поставить под сомнение степень их объективности и достоверности [11, с.80].

Многими предприятиями используются также и матричные групп методов позволяющих проводить оценку текущего уровня конкурентоспособности. В структурной основе данных методов находится маркетинговый анализ работы предприятия. Полученные результаты представляются в виде обобщенной оценки и изображаются в виде матрицы. Примерами построения подобного типа матриц является SWOT-анализ, и матрица БКГ (Бостонской консалтинговой группы). Процесс построения последней основывается на суммарной оценки двух показателей – занимаемой доли рынка и темпа освоения рынка. Профиль видов деятельности предприятия затем заносится в специально созданное матричное поле (в разрезе четырех областей) в виде различных кругов разного размер, которых зависит от масштаба деятельности. Проводимый затем анализ текущего положения для отдельных предметных бизнес-областей предприятия даст возможность оценить занимаемые им конкурентные позиции, что в итоге позволит сформировать эффективную стратегию его последующего развития. Матричные методы в достаточной мере наглядны, просты в использовании, но им в определенной мере свойственно значительное упрощение факторов, они имеют ограниченную степень задействования математического аппарата, что в итоге усложняет процесс разработки решений в области управления [12, с.130]. Развитие применения предприятиями матричных методов позволило сформировать новую отдельную группу специальных инструментов (операционных методов), которые используются для оценки уровня конкурентоспособности предприятия.

Операционные методы основаны на предположении, что чем качественнее организован механизм функционирования структурных подразделений внутри

самого предприятия, тем выше уровень его конкурентоспособности. Рамки применения данных методов ограничиваются перечнем проводимых самим предприятием операций, а также границами в проектируемой системе показателей, которая необходима для оценки качества работы различных групп операционных процессов [7, с.22]. Следующим шагом при работе с данной категорией методов является инициация процедуры сравнения полученных показателей с эталонными значениями, на базе чего впоследствии и вычисляются частные группы показателей эффективности. Полученный итоговый показатель, который и определил уровень конкурентоспособности предприятия должен в полной мере соответствовать средневзвешенному значению частных групп показателей, характеризующих эффективность, при этом необходимо учитывать, что каждый отдельный вес операции должен определяться на основе метода экспертных оценок [5, с.165].

Независимую отдельную группу представляют комбинированные методы оценки уровня конкурентоспособности, которые построены на симбиозе двух отдельных подходов: операционного и продуктового. Комбинированные группы методов применяются на практике для анализа и оценки как текущей, так и возможной конкурентоспособности предприятия. Безусловно, их неоспоримым достоинством является возможность рассматривать данный показатель в динамике, прогнозируя дальнейшее развитие в зависимости от тех или иных факторов, однако им присущи все без исключения недостатки операционного и продуктового подходов [9, с.60].

Еще одним наглядным и в тоже время удобным методом, применяющимся для оценки уровня конкурентоспособности высокотехнологичного предприятия включая последующее его сравнение с различными группами конкурентов является разработка многоугольника конкурентоспособности [4, с.70]. В основе данного метода находится график, который в свою очередь строится из векторов, обозначающих различные группы показателей конкурентоспособности самого предприятия (рис.1):

- сформированная концепция продукта в рамках текущей стратегии;
- показатели качества и цены производимых продуктов;
- финансовые аспекты деятельности высокотехнологичного предприятия;
- механизмы послепродажной подготовка продукта;
- организация системы послепродажного сервиса и обслуживания;
- показатель занимаемой в данный момент времени рыночной доли.

Каждому обозначенному в многоугольники критерию присваиваются определенное число баллов, которые получаются в следствии проведения опроса среди профильных специалистов и экспертов, числовые значения затем нужно отметить точками, которые расположены на соответствующих векторах, чтобы впоследствии можно точки соединить между собой. После того как будут построены многоугольники для конкурирующих предприятий, необходимо осуществить процедуру накладывания их друг на друга, с целью проведения сравнения, идентификации сильных/слабых сторон, определению набора тех или иных конкурентных преимуществ и т.д. Данном методу таже присуще ряд недостатков в частности возникают определенные вопросы касательно оценок выставляемых экспертами, которые зачастую носят весьма субъективный характер, а также определенные сложности в числовой интерпретации некоторых групп параметров [3, с.85].

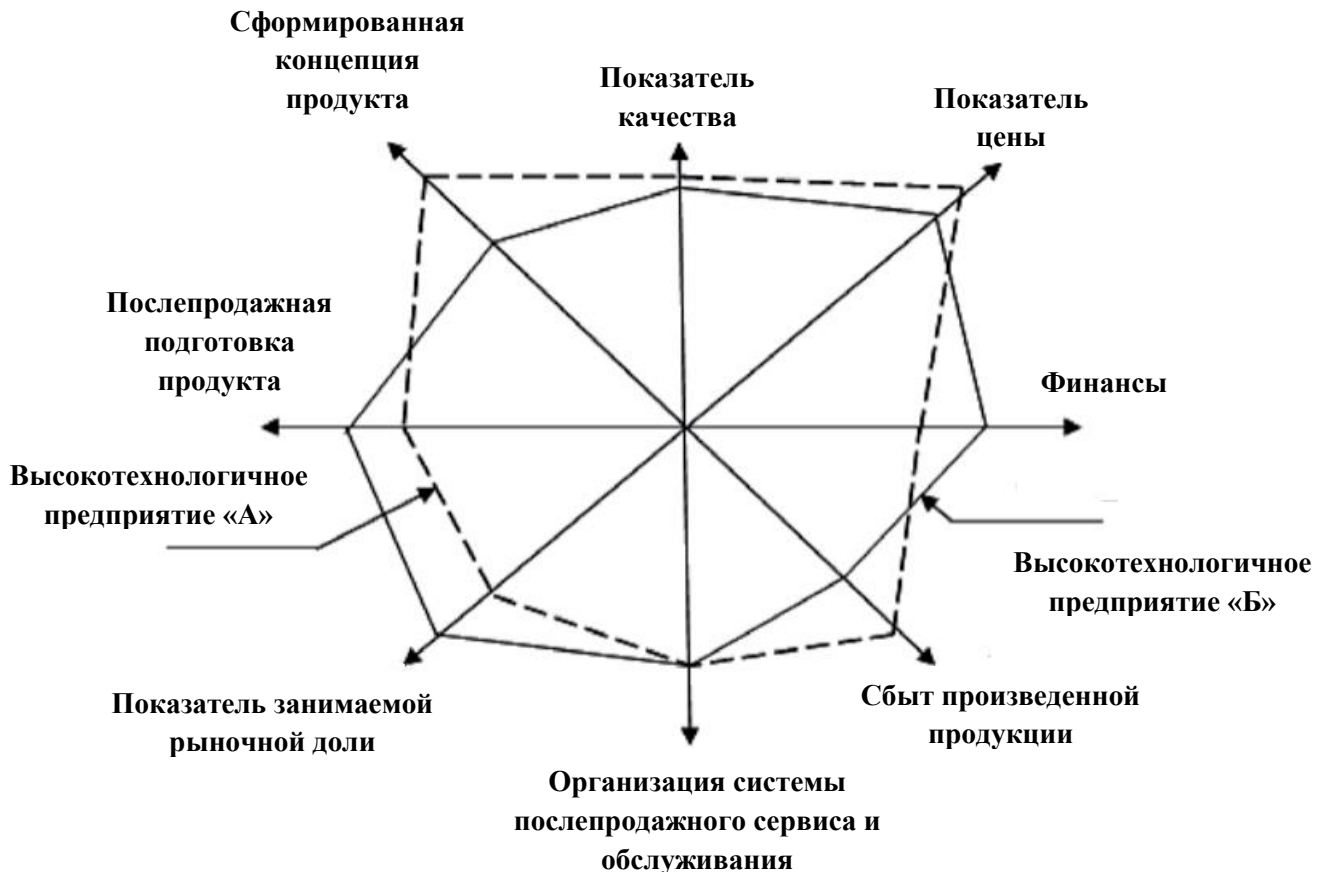


Рисунок 1. Графическое представление структуры группы компонентов, входящих в многоугольник конкурентоспособности

Результаты исследования и обсуждения

Рассмотрим практические аспекты применения метода проектирования многоугольника конкурентоспособности с целью получения информации о единой, комплексной оценке текущего уровня конкурентоспособности. Для этого выберем два условных предприятия, которые работают в сфере оказания консалтинговых услуг и представлены на одном рынке «А» и «Б». Анализ и последующая оценка значения уровня конкурентоспособности предприятия будет осуществляться в пять последовательных стадий, по завершении пятой стадии приводится количественное выражение итоговой оценки, которая представляется в виде индексной оценки. Первые четыре стадии содержат в себе весь необходимый информационный перечень для организации последующих расчетов, а значит они играют принципиальное значение при

изучении этапов работы метода, и получения наиболее точных финальных значений показателей.

Первая стадия «определение групп критериев». Производим определение групп критериев необходимых для последующей оценки значений уровня конкурентоспособности. Сформированной группой экспертов было выделены десять параметров, которые имеют высокий приоритет значимости [6, с.174]:

- уровень цены;
- текущий ассортимент производимой продукции;
- уровень качества оказываемых услуг;
- график работы предприятия;
- время, затрачиваемое на обслуживание клиентов;
- возможность оказания услуг в удобном месте для заказчика;
- спектр предлагаемых скидок/акций/предложений;
- уровень деловой репутации в профильных кругах;
- наличие удобного в использовании сайта предприятия;
- оказание консультационных услуг в цифровом виде.

Данная группа параметров была заложена в структурную основу, которая была использована в дальнейшем исследовании.

Вторая стадия «оценка параметров». Эксперты приступили к оценке параметров самого предприятия и предприятия конкурента. Для этого была использована десятибалльная шкала. Каждый параметр рассматривался в отдельности, учитывалось множество сопутствующих факторов, которые могли оказывать влияние на его работу [2, с.175].

Третья стадия «обработка данных». Полученные данные на второй стадии были обработаны, произведен расчет средних значений оценок, затем составлена таблица, характеризующая уровень конкурентоспособности для двух предприятий (табл.1).

Таблица 1. **Значение показателя конкурентоспособности предприятий «А» и «Б»**

Название параметра	Предприятие «А»	Предприятие «Б»
<i>Уровень цены</i>	7,22	6,01
<i>Текущий ассортимент производимой продукции</i>	7,59	8,25
<i>Уровень качества оказываемых услуг</i>	8,14	8,14
<i>График работы предприятия</i>	6,34	9,01
<i>Время, которое затрачивается на процесс обслуживания клиентов</i>	7,14	8,23
<i>Возможность оказания услуг в удобном месте для заказчика</i>	7,06	9,54
<i>Спектр предлагаемых скидок, акций, и уникальных предложений</i>	6,43	8,02
<i>Уровень деловой репутации в профильных кругах</i>	9,15	9,56
<i>Наличие удобного в использовании сайта предприятия</i>	7,89	9,34
<i>Оказание консультационных услуг в цифровом виде</i>	4,14	5,89

* представленные значения для предприятий являются условными

Четвертая стадия «построение многоугольника». На этапе происходит процесс построение двух многоугольников конкурентоспособности, на основе данных, которые были получены на третьей стадии (рис.2). Предельно допустимые границы в итоговой полученной оценки конкурентоспособности – показывают внутренней и внешней многоугольники, пространство, сформированное между ними, представляет собой сферу потенциально возможной конкуренции.

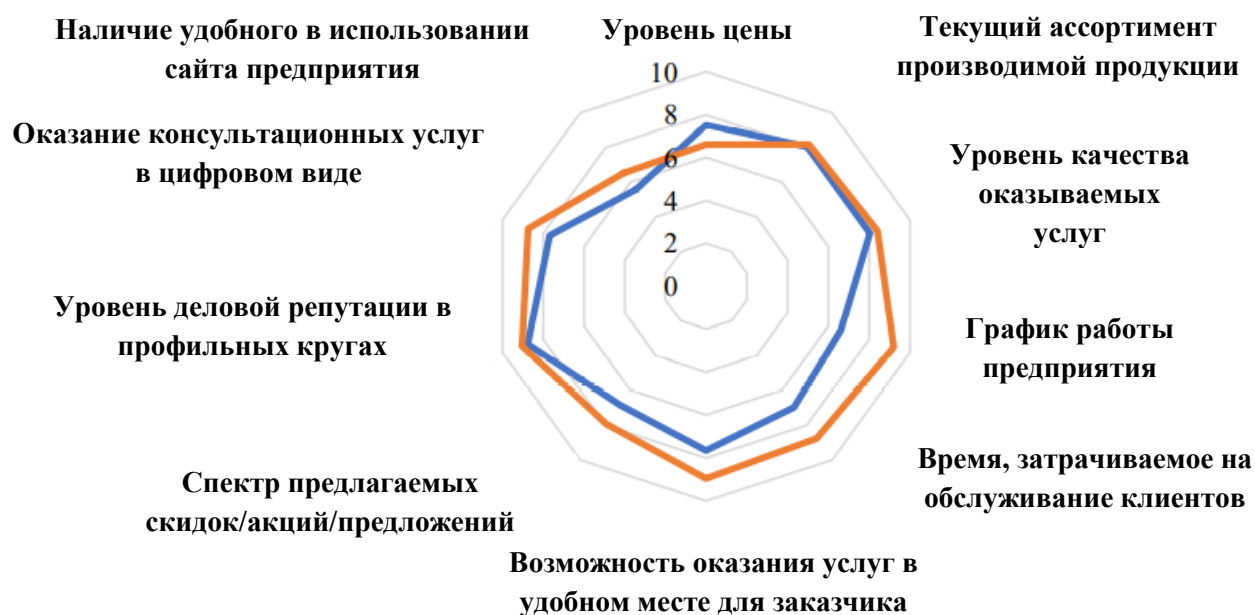


Рисунок 2. Многоугольники конкурентоспособности для предприятий «А» и «Б»

Заключение

Показатель конкурентоспособности высокотехнологичного предприятия представляет собой один из ключевых факторов, оказывающих влияние на степень эффективности и качества функционирования. Процесс принятия верных и грамотных решений в сфере управления, которые имеют вектор направленности на качественное развитие определенных свойственных самому предприятию конкурентных преимуществ невозможен без проведения системной, комплексной оценки уровня конкурентоспособности с последующим сравнением данного показателя с предприятиями конкурентами. К настоящему моменту существует обширное разнообразие методов, инструментов и способов позволяющих проводить оценку уровня конкурентоспособности предприятия. Всем им без исключения свойственны как определенные недостатки, так и неоспоримые достоинства, а значит при выборе того или иного метода нужно обязательно принимать во внимание существующий спектр потребностей самого предприятия, возможность привлечения экспертов, обладающих достаточным квалификационным уровнем, использовать комплексный многоуровневый подход, на основе

синтеза различных методов, который в конечном итоге и позволит получить наиболее объективную оценку. Необходимо на постоянной основе осуществлять поиск наиболее универсальной методики, которая будет учитывать передовые инновационные технологии доступные в рамках цифровой экономики, что позволит получить максимально точную оценку текущего уровня конкурентоспособности высокотехнологичного предприятия.

Список источников

1. Алексеева Н.В., Сазонов А.А. Анализ степени влияния цифровой экономики на формирование основных трендов на рынке труда и социально-трудовых отношений в Российской Федерации // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2019. №2. С. 28-36. DOI: 10.18384/2310-6646-2019-2-28-36
2. Бутко Г.П., Поротников П.А. Маркетинговые исследования: управление конкурентоспособностью предприятия // Вопросы управления. 2016. №1 (19). С. 170-176.
3. Землянская Н.Б., Казакова Н.В., Сазонов А.А. Особенности применения современных инновационных технологий в сфере маркетинга как способа увеличения показателей конкурентоспособности промышленных предприятий // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2020. №3. С. 84-90. DOI: 10.18384/2310-6646-2020-3-84-90
4. Емадаков Р.Ю. Анализ факторов формирования конкурентоспособности предприятия // Вестник Марийского государственного университета. Серия «Сельскохозяйственные науки. Экономические науки». 2018. Том 4. №1 (13). С. 68-78.
5. Землянская Н.Б., Казакова Н.В., Сазонова М.В. Основные аспекты проведения цифровизации в производственном секторе экономики: практический и теоретический анализ // Московский экономический журнал. 2021. № 10. С. 160-168. DOI:10.24412/2413-046X-2021-10634

6. Калинина Е.А. Формирование долгосрочных конкурентных преимуществ предприятия на основе концепции стратегического управления затратами // Транспортное машиностроение. 2016. №5 (53). С. 171-179.
7. Киселица Е.П., Слюсарева А.И. Конкурентоспособность предприятия: подходы к ее пониманию и факторы ее повышения // Эксперт: теория и практика. 2019. №1. (1). С. 21-24. DOI:10.24411/2686-7818-2019-00013
8. Кошелев К.А. Тенденции развития рынка цифровых финансовых активов в контексте цифровой трансформации мировой экономики // Финансы: теория и практика. 2022. Том 26. №4. С. 80-94.
9. Никулин Р.А. Трансформация факторов конкурентоспособности в условиях цифровой экономики // Вестник Российского университета кооперации. 2019. №1. (35). С. 56-64.
10. Сазонов А.А. Технологическая трансформация региона как механизм реализации комплекса государственного стратегического развития // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2022. №2. С. 104-110. DOI: 10.18384/2310-6646-2022-2-104-110
11. Сазонов А.А., Алексеева Н.В. Интеграция инновационно-цифровых технологий как вектор развития финансового рынка России // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2021. №4. С. 76-81. DOI: 10.18384/2310-6646-2021-4-76-81
12. Сазонов А.А., Маргарян Т.Д., Дикова О.Д. Анализ инновационных аспектов развития отечественных предприятий машиностроения (на примере авиационной отрасли) // Вестник МГОУ. Серия: Экономика. 2021. №1. С. 126-132. DOI: 10.18384/2310-6646-2021-126-132
13. Сазонов А.А., Сазонова М.В. Анализ методологии проектного моделирования в сфере управления эффективностью маркетинга на промышленном предприятии // Инновации и инвестиции. 2020. №6. С. 139-141.

14. Халин В.Г., Чернова Г.В. Цифровизация и ее влияние на российскую экономику и общество: преимущества, вызовы, угрозы и риски // Управленческое консультирование. 2018. № (10) (118). С. 46-63.

15. Эскиндаров М.А., Масленников В.В., Масленников О.В. Риски и шансы цифровой экономики в России // Финансы: теория и практика. 2019. Том 23. №5. С. 6-17.

16. Яксанов Д.С. Теоретические основы конкурентоспособности на современном этапе // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Экономика. Управление. Право. 2014. Том 14. №1-1. С. 41-46.

References

1. Alekseeva N.V., Sazonov A.A. Analiz stepeni vliyaniya cifrovoj e`konomiki na formirovanie osnovny`x trendov na ry`nke truda i social`no-trudovy`x otnoshenij v Rossijskoj federacii [Analysis of the degree of influence of the digital economy on the formation of the main trends in the labor market and social and labor relations in the Russian Federation] // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: E`konomika. 2019. №2. S. 28-36. DOI: 10.18384/2310-6646-2019-2-28-36

2. Butko G.P., Porotnikov P.A. Marketingovy`e issledovaniya: upravlenie konkurentosposobnost`yu predpriyatiya [Marketing research: enterprise competitiveness management] // Voprosy` upravleniya. 2016. №1 (19). S. 170-176.

3. Zemlyanskaya N.B., Kazakova N.V., Sazonov A.A. Osobennosti primeneniya sovremenny`x innovacionny`x tehnologij v sfere marketinga kak sposoba uvelicheniya pokazatelej konkurentosposobnosti promy`shlenny`x predpriyatij [Features of the use of modern innovative technologies in the field of marketing as a way to increase the competitiveness of industrial enterprises] // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: E`konomika. 2020. №3. S. 84-90. DOI: 10.18384/2310-6646-2020-3-84-90

4. Emadakov R.Yu. Analiz faktorov formirovaniya konkurentosposobnosti predpriyatiya [Analysis of factors of formation of competitiveness of the enterprise] //

Vestnik Marijskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya «Sel'skoxozyajstvenny`e nauki. E`konomicheskie nauki». 2018. Tom 4. №1 (13). S. 68-78.

5. Zemlyanskaya N.B., Kazakova N.V., Sazonova M.V. Osnovny`e aspekty` provedeniya cifrovizacii v proizvodstvennom sektore e`konomiki: prakticheskij i teoreticheskij analiz [The main aspects of digitalization in the manufacturing sector of the economy: practical and theoretical analysis] // Moskovskij e`konomicheskij zhurnal. 2021. № 10. S. 160-168. DOI:10.24412/2413-046X-2021-10634

6. Kalinina E.A. Formirovanie dolgosrochny`x konkurentny`x preimushhestv predpriyatiya na osnove koncepcii strategicheskogo upravleniya zatratami [Formation of long-term competitive advantages of the enterprise based on the concept of strategic cost management] // Transportnoe mashinostroenie. 2016. №5 (53). S. 171-179.

7. Kiselicza E.P., Slyusareva A.I. Konkurentosposobnost` predpriyatiya: podxody` k ee ponimaniyu i faktory` ee povy`sheniya [Enterprise competitiveness: approaches to its understanding and factors of its improvement] // E`kspert: teoriya i praktika. 2019. №1. (1). S. 21-24. DOI:10.24411/2686-7818-2019-00013

8. Koshelev K.A. Tendencii razvitiya ry`nka cifrovyy`x finansovy`x aktivov v kontekste cifrovoj transformacii mirovoj e`konomiki [Trends in the development of the digital financial assets market in the context of the digital transformation of the world economy] // Finansy`: teoriya i praktika. 2022. Tom 26. №4. S. 80-94.

9. Nikulin R.A. Transformaciya faktorov konkurentosposobnosti v usloviyax cifrovoj e`konomiki [Transformation of competitiveness factors in the digital economy] // Vestnik Rossijskogo universiteta kooperacii. 2019. №1. (35). S. 56-64.

10. Sazonov A.A. Texnologicheskaya transformaciya regiona kak mexanizm realizacii kompleksa gosudarstvennogo strategicheskogo razvitiya [Technological transformation of the region as a mechanism for the implementation of the complex of state strategic development] // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: E`konomika. 2022. №2. S. 104-110. DOI: 10.18384/2310-6646-2022-2-104-110

11. Sazonov A.A., Alekseeva N.V. Integraciya innovacionno-cifrovyx tehnologij kak vektor razvitiya finansovogo ry`nka Rossii [Integration of innovative and digital technologies as a factor in the development of the Russian financial market] // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: E`konomika. 2021. №4. S. 76-81. DOI: 10.18384/2310-6646-2021-4-76-81
12. Sazonov A.A., Margaryan T.D., Dikova O.D. Analiz innovacionny`x aspektov razvitiya otechestvenny`x predpriyatij mashinostroeniya (na primere aviacionnoj otrasli) [Analysis of innovative aspects of the development of domestic machine-building enterprises (on the example of the aviation industry)] // Vestnik MGOU. Seriya: E`konomika. 2021. №1. S. 126-132. DOI: 10.18384/2310-6646-2021-126-132
13. Sazonov A.A., Sazonova M.V. Analiz metodologii proektnogo modelirovaniya v sfere upravleniya e`ffektivnost`yu marketinga na promy`shlennom predpriyatii [Analysis of the methodology of project modeling in the field of marketing efficiency management at an industrial enterprise] // Innovacii i investicii. 2020. №6. S. 139-141.
14. Xalin V.G., Chernova G.V. Cifrovizaciya i ee vliyanie na rossijskuyu e`konomiku i obshhestvo: preimushhestva, vy`zovy`, ugrozy` i riski [Digitalization and its impact on the Russian economy and society: advantages, challenges, threats and risks] // Upravlencheskoe konsul`tirovanie. 2018. № (10) (118). S. 46-63.
15. E`skindarov M.A., Maslennikov V.V., Maslennikov O.V. Riski i shansy` cifrovoj e`konomiki v Rossii [Risks and chances of the digital economy in Russia] // Finansy`: teoriya i praktika. 2019. Tom 23. №5. S. 6-17.
16. Yaksanov D.S. Teoreticheskie osnovy` konkurentosposobnosti na sovremennom e`tape [Theoretical foundations of competitiveness at the present stage] // Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya E`konomika. Upravlenie. Pravo. 2014. Tom 14. №1-1. S. 41-46.

Для цитирования: Сазонова М.В., Михайлова Л.В. Исследование современных механизмов оценки уровня конкурентоспособности

Московский экономический журнал. № 12. 2022

Moscow economic journal. № 12. 2022

высокотехнологичных предприятий // Московский экономический журнал.
2022. № 12. URL: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-12-2022-43/>

© Сазонова М.В., Михайлова Л.В., 2022. Московский экономический журнал,
2022, № 12.