

УДК 339.137.21

## МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*И.М. Долгова, кандидат экономических наук, доцент,  
8 (8422) 55-95-52, dolgovaim@mail.ru;  
С.Ю. Петрякова, кандидат экономических наук, доцент,  
8 (8422) 55-95-52, svetapet69@mail.ru  
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ*

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, методика, оценка конкурентоспособности предприятия.

*В статье рассматривается методика оценки конкурентоспособности предприятия. Проанализированы несколько конкурирующих предприятий, базовым предприятием является ООО «Агро-Люкс».*

Предприятие не сможет добиться коммерческого успеха на рынке, удержать свои позиции и преимущества в конкурентной среде, если не определит, что обеспечивает его конкурентоспособность, и не выведет круг задач по ее повышению.

Оценка конкурентоспособности является методологической основой для анализа и, как следствие, выявления путей повышения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта. Методика оценки конкурентоспособности организации базируется в построении «многоугольника конкурентоспособности», где могут отражаться сравнительные значения показателей предприятий (сельскохозяйственных товаропроизводителей)- конкурентов по избранным параметрам (рис. 1).

Для оценки конкурентоспособности предприятия рассчитаем интегральный показатель конкурентоспособности, составляющими которого будут финансовое состояние, ресурсный потенциал, эффективность производственно-коммерческой деятельности. Исходной базой расчета интегрального показателя конкурентоспособности послужат сельскохозяйственные предприятия Старомайнского района Ульяновской области. Для оценки ресурсного потенциала сельскохозяйственных товаропроизводителей необходимо рассмотреть материально-техническая база, трудовые и земельные ресурсы. Для оценки конкурентоспособности по уровню совокупного потенциала необходимо [1, 2, 3]:

- выбор единичных показателей для каждой составляющей;

- расчет исходных данных (показателей) по каждому хозяйствующему субъекту;
- расчет групповых показателей ресурсного потенциала организаций;
- расчет окончательного показателя - интегрального с учетом значений ранее рассчитанных групповых показателей.



**Рисунок 1 – Многоугольник конкурентоспособности хозяйствующего субъекта**

Следующим этапом является определение общего показателя конкурентоспособности организаций-конкурентов ( $I_{общ}$ ) по формуле:

$$I_{общ} = \frac{(I_{\phi} + I_p + I_3 + D_p)}{4}, \quad (1)$$

где  $I_{\phi}$  - совокупный показатель финансовых результатов организаций;  
 $I_p$  - совокупный показатель ресурсного потенциала организаций;  
 $I_3$  - интегральный показатель эффективности производственно-сбытовой деятельности организаций;  
 $D_p$  - рыночная доля организаций.

Доля рынка является индикатором того, насколько успешно предприятие действует против своих конкурентов. Этот показатель, дополненный изменениями в объемах продаж, помогает менеджерам оценивать как первичный, так и избирательный спрос на своих

рынках. То есть, он дает им возможность оценивать не только рост или спад рынка в целом, но также и тенденции выбора потребителей среди конкурирующих компаний. Каждый хозяйствующий субъект занимает свою долю на рынке.

Оценка конкурентоспособности по групповым и совокупным показателям представлена в таблице 1.

**Таблица 1 - Групповые и совокупные показатели конкурентоспособности организаций Старомайнского района**

Показатели	ООО «Агро-Люкс»	ООО «Микс»	ООО «Поволжская зерновая компания»	СПК «Волга»	СПК им. Чапаева
Совокупный индекс финансовой составляющей	2,222	2,684	1,173	1,162	1,085
Совокупный индекс ресурсной составляющей	1,269	1,353	0,921	1,388	0,832
Совокупный индекс производственно-коммерческой деятельности предприятий	1,116	1,073	0,845	0,860	1,106
Доля рынка	0,291	0,121	0,311	0,130	0,148
Общий показатель конкурентоспособности предприятия	1,224	1,308	0,812	0,885	0,793

Результаты расчетов общего показателя конкурентоспособности организаций Старомайнского района показали, что ООО «Агро-Люкс» занимает второе место в рейтинге, лидируя среди других по интегральному индексу производственно-коммерческой деятельности предприятий.

Экономический и маркетинговый анализ, используя специфические методы и приемы, позволяет определить параметры, дающие возможность объективно оценивать финансовое состояние предприятия и, тем самым, его экономическую безопасность.

Полученные в ходе экономического и маркетингового анализа результаты являются основой для принятия грамотных управленческих решений.

На основе полученных в результате анализа данных можно сделать выводы о степени необходимости повышения качества плано-аналитической работы, увеличения доходности предприятия, изыскания резервов снижения производственных и коммерческих расходов, изменения структуры деятельности организации в пользу более рентабельных направлений деятельности, диверсификации деятельности.

*Библиографический список:*

1. Заузолкова, Екатерина Николаевна. Углубление специализации производства зерна (на материалах Кировской области): автореферат дис. ... кандидата экономических наук : 08.00.05 / Е.Н. Заузолкова – М.: Всерос. науч.-исслед. ин-т экономики сел. хоз-ва РАСХН, 2012. - 24 с.
2. Долгова, И.М. Оценка текущего уровня конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции / И.М. Долгова // Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции «Инновационный маркетинг и менеджмент: теория и практика». – Саратов: ФГБОУ ВПО Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова, 2014. - С.35-41
3. Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 799 с.

## **TECHNIQUE OF ASSESSMENT OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE**

*Dolgorova I.M., Petryakova S.Yu.*

**Key words:** *competitiveness, technique, assessment of competitiveness of the enterprise.*

*In article the technique of assessment of competitiveness of the enterprise is considered. Several competitor companies are analyzed, the basic enterprise is LLC Agro-Lyuks.*