

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«**СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**»

Институт торговли и сферы услуг

Кафедра торгового дела и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ Ю.Ю. Сулова  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.06 «Торговое дело» 38.03.06.01 «Коммерция»  
Анализ и оценка конкурентоспособности предприятия

|                |               |                                  |                        |
|----------------|---------------|----------------------------------|------------------------|
| Руководитель   | _____         | <u>доцент, канд. экон. наук</u>  | <u>Е.В. Белоногова</u> |
|                | подпись, дата | должность, ученая степень        | инициалы, фамилия      |
| Выпускник      | _____         | <u>ЭУ20-03БК</u>                 | <u>В.В. Савченко</u>   |
|                | подпись, дата | группа                           | инициалы, фамилия      |
| Нормоконтролер | _____         | <u>профессор, д-р экон. наук</u> | <u>Ю.Ю. Сулова</u>     |
|                | подпись, дата | должность, ученая степень        | инициалы, фамилия      |

Красноярск 2024

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«**СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**»

Институт торговли и сферы услуг  
Кафедра торгового дела и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ Ю.Ю. Сулова  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 г.

**ЗАДАНИЕ  
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ  
в форме бакалаврской работы**

Студенту Савченко Валентине Викторовне  
Группа ЭУ20-03БК Направление (специальность) 38.03.06 «Торговое дело» 38.03.06.01  
«Коммерция»

Тема выпускной квалификационной работы Анализ и оценка конкурентоспособности  
предприятия

Утверждена приказом по университету № 4118/С от 05.03.2024 г.

Руководитель ВКР Е.В. Белоногова, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры торгового  
дела и маркетинга Института торговли и сферы услуг

Исходные данные для ВКР бухгалтерская отчетность предприятия, статистическая  
отчетность, материалы собственных исследований

Перечень разделов ВКР:

Введение

1 Теоретические и методические аспекты оценки конкурентоспособности предприятия

2 Анализ и оценка конкурентоспособности ООО «СибЭлектроМонтаж»

3 Направления повышения конкурентоспособности предприятия ООО  
«СибЭлектроМонтаж»

Заключение

Список использованных источников

Приложения

Перечень графического материала: таблиц – 43; рисунков – 25; приложений – 3

Руководитель ВКР

\_\_\_\_\_   
подпись

Е.В. Белоногова  
инициалы и фамилия

Задание принял к исполнению

\_\_\_\_\_   
Подпись

В.В. Савченко  
инициалы и фамилия студента

05.03. 2024г.

## РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа в форме бакалаврской работы по теме «Анализ и оценка конкурентоспособности предприятия» содержит 119 страниц текстового документа, 40 источников литературы, 43 таблиц, 25 рисунков, 3 приложения.

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ТОРГОВЛЯ, ФАКТОРЫ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ПОКАЗАТЕЛИ, РЕКОМЕНДАЦИИ**  
Объектом исследования является предприятие ООО «СибЭлектроМонтаж».

Цель выпускной квалификационной работы – разработать и предложить направления повышения конкурентоспособности предприятия на основе анализа и оценки.

Для достижения указанной цели были поставлены следующие задачи:

- раскрыть сущность, параметры, направления исследования конкурентоспособности предприятия;
- охарактеризовать факторы конкурентоспособности предприятия и их классификацию;
- исследовать методики оценки конкурентоспособности предприятий;
- охарактеризовать организационно-экономическую деятельность предприятия ООО «СибЭлектроМонтаж»;
- дать оценку внешней и внутренней среды деятельности предприятия;
- проанализировать экономическую деятельность предприятия ООО «СибЭлектроМонтаж»;
- провести оценку конкурентоспособности предприятия ООО «СибЭлектроМонтаж»;
- разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия;
- оценить экономическую эффективность разработанных мероприятий.

В результате проведенного исследования проведен анализ конкурентоспособности предприятия ООО «СибЭлектроМонтаж».

В итоге был разработан ряд рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия: продвижение выпускаемой продукции через сегментацию рынка, развитие сайта для привлечения клиентов, работа по прямым договорам на рынках города Абакана и Канска. Таким образом, внедрение мероприятий позволит повысить эффективность деятельности и конкурентоспособность предприятия торговли.

## REPORT

The final qualification work in the form of a bachelor's thesis on the topic "Analysis and assessment of the competitiveness of the enterprise" contains 119 pages of a text document, 40 literature sources, 43 tables, 25 figures, 3 appendices.

COMPETITIVENESS, TRADE, FACTORS, ECONOMIC ACTIVITY, INDICATORS, RECOMMENDATIONS

The object of the study is the enterprise «Sibelektromontazh» LLC.

The purpose of the final qualification work is to develop and propose directions for improving the competitiveness of an enterprise based on analysis and evaluation.

To achieve this goal, the following tasks were set:

- to reveal the essence, parameters, and directions of research on the competitiveness of the enterprise;
- to characterize the factors of competitiveness of the enterprise and their classification;
- to investigate the methods of assessing the competitiveness of enterprises;
- to characterize the organizational and economic activities of the «Sibelektromontazh» LLC enterprise;
- to assess the external and internal environment of the enterprise;
- to analyze the economic activity of the «Sibelektromontazh» LLC enterprise;
- to assess the competitiveness of the «Sibelektromontazh» LLC enterprise;
- develop measures to improve the competitiveness of the enterprise;
- to evaluate the economic efficiency of the developed measures.

As a result of the conducted research, an analysis of the competitiveness of the «Sibelektromontazh» enterprise was carried out.

As a result, a number of recommendations were developed to improve the competitiveness of the enterprise: promotion of products through market segmentation, development of a website to attract customers, work under direct contracts in the markets of the city of Abakan and Kansk. Thus, the implementation of measures will improve the efficiency of the trade enterprise.

## СОДЕРЖАНИЕ

|   |     |
|---|-----|
| Введение.....   | 6   |
| 1 Теоретические и методические аспекты оценки конкурентоспособности предприятия .....       | 9   |
| 1.1 Конкурентоспособность предприятия: сущность, параметры, направления исследования .....  | 9   |
| 1.2 Факторы конкурентоспособности предприятия и их классификация. ..                        | 16  |
| 1.3 Методика оценки конкурентоспособности предприятий.....                                  | 20  |
| 2 Анализ и оценка конкурентоспособности ООО «СибЭлектроМонтаж». ....                        | 33  |
| 2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия ООО «СибЭлектроМонтаж» .....    | 33  |
| 2.2 Оценка внешней и внутренней среды деятельности предприятия.....                         | 40  |
| 2.3 Анализ экономической деятельности предприятия ООО «СибЭлектроМонтаж» .....              | 69  |
| 2.4 Оценка конкурентоспособности предприятия ООО «СибЭлектроМонтаж» .....                   | 77  |
| 3 Направления повышения конкурентоспособности предприятия ООО «СибЭлектроМонтаж» .....      | 84  |
| 3.1. Мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия ООО «СибЭлектроМонтаж»..... | 84  |
| 3.2. Оценка экономической эффективности разработанных мероприятий. .                        | 96  |
| Заключение .....  | 104 |
| Список использованных источников .....  | 107 |
| Приложения.....   | 112 |

## ВВЕДЕНИЕ

Анализ и оценка конкурентоспособности предприятия являются важными инструментами для его успешного развития и выживания на рынке. В современных условиях бизнеса, когда конкуренция становится все более интенсивной и мировой, понимание и оценка своего конкурентного преимущества становится необходимостью.

Анализ конкурентоспособности позволяет предприятию определить, в чем заключается его уникальность и конкурентные преимущества перед другими компаниями. Это может быть высокое качество товаров или услуг, низкая стоимость производства, уникальный бренд или инновационные технологии. Знание своих конкурентных преимуществ позволяет предприятию более эффективно позиционироваться на рынке и привлекать клиентов.

Анализ конкурентоспособности позволяет предприятию анализировать тенденции и изменения в отрасли, предугадывать ее развитие и адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка. Это особенно важно в контексте постоянного развития новых технологий, законодательства и требований потребителей.

Оценка конкурентоспособности предприятия являются важными аргументами при привлечении инвестиций и поиске партнеров. Компании, обладающие сильной конкурентоспособностью и перспективами роста, более привлекательны для инвесторов и партнеров. Это может обеспечить предприятию дополнительные ресурсы и возможности для развития.

В целом, анализ и оценка конкурентоспособности предприятия являются неотъемлемой частью его стратегического планирования и развития. Они помогают предприятию лучше понять свое положение на рынке, выявить конкурентные преимущества и проблемные области, и принять решения, направленные на повышение эффективности и

эффективности бизнеса. Именно этим объясняется актуальность темы выпускной квалификационной работы

Цель выпускной квалификационной работы – разработать и предложить направления повышения конкурентоспособности предприятия на основе анализа и оценки.

Для достижения указанной цели были поставлены следующие задачи:

- раскрыть сущность, параметры, направления исследования конкурентоспособности предприятия;
  - охарактеризовать факторы конкурентоспособности предприятия и их классификацию;
  - исследовать методики оценки конкурентоспособности предприятий;
  - охарактеризовать организационно-экономическую деятельность предприятия ООО «СибЭлектроМонтаж»;
  - дать оценку внешней и внутренней среды деятельности предприятия;
  - проанализировать экономическую деятельность предприятия ООО «СибЭлектроМонтаж»;
  - провести оценку конкурентоспособности предприятия ООО «СибЭлектроМонтаж»;
  - разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия;
  - оценить экономическую эффективность разработанных мероприятий.
- Объектом исследования является ООО «СибЭлектроМонтаж».

Предметом исследования является конкурентоспособность предприятия.

Теоретической основой выпускной квалификационной работы являются труды ученых по изучаемым вопросам (Е.В. Белоногова, Е.А. Горбашко, Н.О. Кохно, С.А. Леонов, А.Г. Мокроносов, И.А. Максимцев, Н.С. Отварухина и других); законодательные и нормативные акты Российской Федерации и ее структур; публикации в периодической печати; материалы научных конференций; результаты собственных исследований

Методической основой выпускной квалификационной работы является использование следующих методов анализа: обобщение и аналогии; временного, структурного анализа, сравнения, описания, группировки и сопоставления, расчет относительных и средних величин, графического изображения данных, метода абсолютных разниц и метода цепных подстановок и других. Применение каждого из данных методов определяется характером решаемых в процессе исследования задач.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников. Общий объем работы 119 страниц. Список использованных источников включает 40 наименований.



# **1 Теоретические и методические аспекты оценки конкурентоспособности предприятия**

## **1.1 Конкурентоспособность предприятия: сущность, параметры, направления исследования**

Ключевым элементом рыночной экономики является конкуренция, которая выступает как главная движущая сила эволюции отношений между участниками, действующими в данной обстановке. В конкурентной борьбе на внутренних и мировых рынках выигрывает тот, кто способен успешно соперничать.

В мировой экономической теории проблемы и возможности фирмы в конкурентной среде широко охватываются понятием «конкурентоспособность». Эта концепция трактуется с различных точек зрения, представляя собой сложную и многогранную категорию.

Одни ученые считают, что конкурентоспособность в широком смысле слова есть способность страны или фирмы продавать свои товары на мировом рынке [10]. Другие ученые утверждают, что конкурентоспособность - это предоставление покупателю преимуществ в цене, скорости доставки товара, техническом обслуживании и т.д., обеспечивающие производителю возможность реализации своих товаров в ущерб конкурентам [14].

Такая характеристика как конкурентоспособность, до недавнего времени являлась категорией, мало разработанной отечественной экономической наукой. Понятие конкурентоспособность, если говорить дословно, обозначает «способность к конкуренции» [16]. К ее формированию обозначены три крайности подходов: во-первых, наличие собственного мотива к деятельности; во-вторых, наличие необходимых ресурсов для реализации деятельности; и в-третьих, возможность и способность противостоять соперникам (необходимо отметить, что в рамках понятия

конкурентоспособность в отличие от конкуренции это свойство имеет самостоятельное значение, а не является следствием первого).

Шишлонова А.А., характеризуя конкурентоспособность предприятия объединяет в понятии конкурентоспособности предприятия производство и сбыт товаров, утверждая, что «конкурентоспособность - это возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка» [40].

Горбашко Е.А. и Максимцева И.А.. соглашаются с мнением Шишлоновой А.А., но в своем определении конкурентоспособности добавляют «возможность проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов» [32].

Романовская Е.В. в понятие конкурентоспособности добавляет такую характеристику товара, как качество, утверждая, что «конкурентоспособность предприятия – способность прибыльно производить и реализовывать продукцию по цене не выше и по качеству не хуже, чем у любых других контрагентов в своей рыночной нише» [25].

Если Романовская Е.В.. считает, что товары должны быть по цене не выше, а по качеству не хуже, то Половникова Н.А., напротив, под конкурентоспособностью предприятия подразумевает «как реальную, так и потенциальную способность компании разрабатывать, изготавливать, сбывать и обслуживать в конкретных сегментах рынка конкурентоспособные изделия, то есть товары, превосходящие по качественно ценовым параметрам аналоги и пользующиеся более приоритетным спросом у потребителей» [23].

Отварухина Н.С., давая определение конкурентоспособности предприятия обращает внимание на производство конкурентоспособной продукции, она считает, что «это необходимое в современных условиях направление деятельности предприятия, ориентированного на завоевание как внутреннего, так и внешнего рынка путем создания продукции, отвечающей

требованиям потребителей и мировым стандартам в конкретных сегментах рынка в определенный период времени» [22].

С позицией Отварухиной Н.С. соглашается Леонов С.А., который считает, что «конкурентоспособность предприятия – это способность использовать свои сильные стороны и концентрировать свои усилия в той области производства товаров или услуг, где она может занять лидирующие позиции на внутреннем и внешнем рынках» [17].

О завоевании рынка в определении конкурентоспособности пишет Каткова Т.В.: «конкурентоспособность предприятия по отношению к другим предприятиям – это его способность занимать определенную долю рынка продукции и способность увеличивать/уменьшать данную долю» [13].

Недостатком данных определений, на наш взгляд, является определенная неточность формулировки без указания временного фактора. Дело в том, что конкуренция на рынке присутствует всегда, а предприятие - лидер определяется на конкретный момент времени.

В связи с тем, что конкурентоспособность представляет собой сложное многоуровневое понятие и трактуется весьма не однозначно, существует множество определений конкурентоспособности фирмы, представленных в таблице 1.1

Таблица 1.1- Определения конкурентоспособности предприятия разных авторов

|  | <b>Определение</b>   | <b>Автор</b>  |
|--|--|---------------|
| <b>Конкурентоспособность предприятия</b> | это комплексная социально-экономическая характеристика фирмы за определенный промежуток времени в условиях конкретного рынка, отражающая уровень его превосходства по отношению к реальным конкурентам по двум составляющим – рыночной и ресурсной [6] | Антонов Г.Д.. |
|  | это ее способность вести эффективную организационно-сбытовую деятельность и тем самым противостоять конкурентам. Критерием эффективности этой деятельности может служить прибыль и другие коммерческие показатели [9]                                  | Дорофеева В.В |
|  | конкурентоспособность предприятия по отношению к другим предприятиям – это его способность занимать определенную долю рынка продукции и способность увеличивать/уменьшать данную долю [13]   | Каткова Т.С.  |

| Определение  | Автор            |
|--|------------------|
| конкурентоспособность предприятия – это способность использовать свои сильные стороны и концентрировать свои усилия в той области производства товаров или услуг, где она может занять лидирующие позиции на внутреннем и внешнем рынках [17]  | Леонов С.А.      |
| характеризует способность и динамику ее приспособления к условиям рыночной конкуренции [19]  | Мокроносов А.Г.  |
| как реальная, так и потенциальная способность компании разрабатывать, изготавливать, сбывать и обслуживать в конкретных сегментах рынка конкурентоспособные изделия, то есть товары, превосходящие по качественно ценовым параметрам аналоги и пользующиеся более приоритетным спросом у потребителей [23] | Половникова Н.А. |
| это способность выдерживать конкуренцию по сравнению с аналогичными объектами на рынке [34]  | Фатхутдинов Р.А. |

Таким образом, конкурентоспособность предприятия - это его способность успешно конкурировать на рынке с другими предприятиями в своей отрасли. Конкурентоспособное предприятие обладает определенными преимуществами перед конкурентами, что позволяет ему привлекать больше клиентов, увеличивать свою долю на рынке и получать высокую прибыль.

Многие авторы также подчеркивают, что конкурентоспособность предприятия является комплексным и многогранным понятием, которое включает в себя все аспекты его деятельности - от производства до маркетинга и управления.

Анализ определений конкурентоспособности, которые здесь упоминались, и представления автора данной работы позволяют выделить целый ряд моментов:

1. Основной смысл понятия “конкурентоспособность предприятия” заключается в том, что оно характеризует возможность и динамику приспособления предприятия к изменяющимся условиям конкурентного рынка;

2. Конкурентоспособность как экономическая категория рассматривается относительно конкретного рынка и конкретного товара-аналога;

3. Конкурентоспособность предприятия – это обобщающий показатель превосходства над конкурентами;

4. Конкурентоспособность предприятия – свойство относительное и может принимать абсолютное выражение лишь в конкретной ситуации.

Современное предприятие в условиях обеспечения его конкурентоспособности, должно быть обеспечено соответствующими факторами и условиями. Конкурентоспособность в качестве рыночной категории имеет динамический, а также изменчивый характер. Например, при неизменных качественных характеристиках продукции, ее конкурентоспособность может меняться в широких пределах в зависимости от конъюнктуры рынка, действий фирм-конкурентов, изменения цен, рекламных мероприятий и т.д.

В современных реалиях в качестве условий обеспечения конкурентоспособности фирмы могут быть показаны: обеспечение партнерства; использование и применение современных методов анализа и разработок с учетом текущей ситуации в стране; выявление сетевых взаимодействий; применение научных подходов [29].

Категория «конкурентоспособность предприятия» характеризуется перечнем свойств, с учетом современных реалий (рис. 1.1).

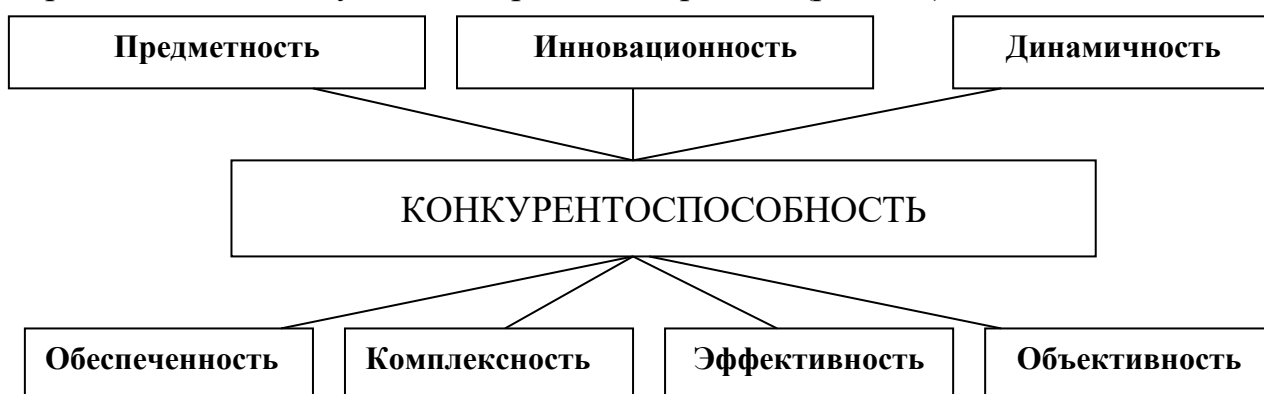


Рисунок 1.1 – Свойства категории «конкурентоспособность предприятия»

1. Предметность - это способность предприятия быть нацеленным на определенный товар или услугу, которые востребованы на рынке. Предметность также означает умение предприятия адаптироваться к изменениям в сфере своей деятельности и отвечать потребностям клиентов.

2. Инновационность - это способность предприятия разрабатывать и внедрять новые технологии, продукты или подходы к бизнесу. Инновационность играет ключевую роль в повышении конкурентоспособности предприятия, так как позволяет выделяться на рынке и создавать преимущества перед конкурентами.

3. Динамичность - это способность предприятия приспосабливаться к изменяющимся условиям рынка и оперативно принимать решения. Динамичность помогает предприятию удерживать свои позиции на рынке и успешно конкурировать с другими игроками.

4. Эффективность - это способность предприятия достигать своих целей с наименьшими затратами ресурсов. Эффективность означает использование всех имеющихся возможностей для максимизации прибыли и удовлетворения потребностей клиентов.

5. Обеспеченность - это способность предприятия обеспечивать качественные товары и услуги в установленные сроки. Обеспеченность также включает в себя надежность поставок и своевременное выполнение заказов.

6. Комплексность - это способность предприятия учитывать все аспекты своей деятельности, включая производственный процесс, маркетинг, финансовую деятельность, управление персоналом и другие факторы. Комплексность позволяет предприятию принимать глобальные решения и взаимодействовать с внешней средой.

7. Объективность - это способность предприятия анализировать свои сильные и слабые стороны, а также оценивать конкурентное окружение. Объективность позволяет предприятию понимать свое положение на рынке и определять свои конкурентные преимущества.

Согласно теории эффективной конкуренции, более конкурентоспособными являются фирмы, где наилучшим образом организована сбытовая деятельность, эффективное управление финансами и персоналом организации (таблица 1.2).

Таблица 1.2 – Критерии и показатели конкурентоспособности предприятия

| Критерии и показатели конкурентоспособности                            | Роль показателя в оценке  | Правило расчета показателя   |
|--|---|--|
| <b>1. Финансовое положение предприятия</b>                             |   |  |
| 1.1 Коэффициент автономии  | Характеризует независимость предприятия от заемных источников                               | Собственные средства предприятия к общей сумме источников финансирования           |
| 1.2 Коэффициент платежеспособности                                     | Отражает способность предприятия выполнять свои финансовые обязательства                    | Собственный капитал к общим обязательствам   |
| 1.3 Коэффициент абсолютной ликвидности                                 | Отражает качественный состав средств, являющихся источниками покрытия текущих обязательств  | Денежные средства и быстрореализуемые ценные бумаги к краткосрочным обязательствам |
| 1.4. Коэффициент оборачиваемости средств                               | Характеризует эффективность использования оборотных средств                                 | Выручка от реализации продукции к среднегодовому остатку оборотных средств         |
| <b>2. Эффективность организации сбыта и продвижения товара</b>         |   |  |
| 2.1. Рентабельность продаж, %  | Характеризует степень прибыльности предприятия на рынке                                     | Прибыль от реализации x 100 к объему продаж  |
| 2.2. Коэффициент затоваренности готовой продукцией                     | Отражает степень затоваренности продукцией  | Объем не реализованной продукции к объему продаж                                   |
| 2.3. Коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта  | Характеризует экономическую эффективность рекламы и средств стимулирования                  | Затраты на рекламу и стимулирования сбыта к приросту прибыли от сбыта реализации   |
| <b>3. Конкурентоспособность товара</b>                                 |   |  |
| 3.1. Качество товара   | Характеризует способность товара удовлетворять потребности в соответствии с его назначением | Комплексный метод оценки   |
| 3.2. Цена товара   | -   | -  |
| <b>4. Конкурентоспособность персонала</b>                              |   |  |
| 4.1 Состав и структура персонала по уровню образования и специализации | Характеризует квалификацию персонала  | Отношение персонала с высшим образованием к общей численности                      |
| 4.2 Состав и структура персонала по стажу работы                       | Характеризует опыт персонала  | Отношение персонала с большим стажем работы к общей численности                    |
| 4.3 Состав и структура управленческого персонала                       | Характеризует квалификацию управленческого персонала  | Отношение численности управленческого персонала к общей численности                |

Эффективность организации сбыта оценивается с помощью показателей, позволяющих получить представление товара на рынке средствами рекламы и стимулирования.

Качество управления финансами предприятия можно оценить с помощью показателей, отражающих эффективность управления оборотными средствами; независимость предприятия от внешних источников финансирования; способность организации рассчитываться по своим долгам; возможность стабильного развития предприятия в будущем.

Оценку конкурентоспособности персонала следует осуществлять исходя из его конкурентных преимуществ, которые бывают внешними по отношению к персоналу и внутренними. Внешнее конкурентное преимущество персонала определяется конкурентоспособностью предприятия, в которой работает конкретный рабочий или специалист. Если организация имеет высокий уровень конкурентоспособности, то персонал имеет хорошие внешние условия для достижения высокого уровня конкурентоспособности. Внутренние конкурентные преимущества персонала могут быть наследственными и приобретенными. Только исключительно одаренные люди в меньшей степени зависят от внешних условий.

## **1.2 Факторы конкурентоспособности предприятия и их классификация.**

Факторы конкурентоспособности предприятия - это те факторы, которые влияют на способность предприятия успешно соперничать с другими игроками на рынке [19, 24]. Эти факторы могут быть разделены на несколько категорий в зависимости от того, как они оказывают влияние на конкурентоспособность:

1. Факторы цены. В данную категорию входят такие факторы, как стоимость производства, цены на рынке, стоимость труда и сырья. Предприятие, которое имеет конкурентное преимущество в рамках этой



категории, может предлагать более низкие цены, что может привлечь большее число потребителей.

2. Факторы качества. В эту категорию входят такие факторы, как качество продукции или услуг, инновации, дизайн и удобство использования. Предприятие, которое обладает уникальными и качественными продуктами или услугами, может привлечь больше клиентов и обеспечить им высокий уровень удовлетворенности.

3. Факторы сервиса. В данную категорию входят такие факторы, как качество обслуживания, скорость и эффективность выполнения заказов, гибкость и адаптивность к потребностям клиентов. Предприятие, которое предлагает отличный сервис и отзывчивое обслуживание, может привлечь и удерживать удовлетворенных клиентов.

4. Факторы инноваций. В эту категорию входят такие факторы, как научно-исследовательская деятельность, разработка новых продуктов и технологий, внедрение инноваций в процессы производства и управления. Предприятие, которое активно инвестирует в исследования и разработки, может создать уникальные продукты или процессы, что способствует его конкурентоспособности.

5. Факторы репутации. В данную категорию входят такие факторы, как имидж и репутация предприятия, его бренд и статус. Предприятие, которое является известным и уважаемым игроком на рынке, может иметь преимущество в привлечении и удержании клиентов [19, 24].

Конкурентоспособность предприятия зависит от таких факторов как:

1. Эффективность производства и использования ресурсов. Предприятие должно уметь эффективно использовать свои ресурсы (труд, капитал, материалы) для производства товаров и услуг.

2. Качество продукции. Конкурентоспособные предприятия стремятся производить продукцию высокого качества, соответствующую потребностям и ожиданиям потребителей.

3. Инновации. Предприятие должно постоянно разрабатывать и внедрять новые продукты, технологии и процессы производства, чтобы быть впереди конкурентов и оставаться на рынке.

4. Маркетинговая активность. Конкурентоспособные предприятия успешно продвигают свои товары и услуги на рынке, используя разнообразные маркетинговые стратегии и инструменты.

5. Гибкость и адаптивность. Предприятие должно быть готово быстро реагировать на изменения рыночной ситуации и адаптироваться к новым условиям, чтобы сохранять свою конкурентоспособность.

6. Репутация и бренд. Конкурентоспособные предприятия строят свою репутацию на рынке и создают сильный бренд, который помогает им привлекать клиентов и дифференцировать свою продукцию от конкурентов.

Комбинация различных факторов конкурентоспособности предприятия может быть уникальной для каждого предприятия и отражать его сильные стороны и особенности. Это может быть один из ключевых элементов стратегии предприятия для достижения и поддержания конкурентоспособности на рынке.

Формировать систему факторов можно при условии, что под конкурентоспособностью фирмы понимается ее способность стабильно извлекать из предпринимательской деятельности прибыль, рационально применять ресурсы [29]. Сформулированный перечень требований к системе современных факторов конкурентоспособности фирмы показан на рисунке 1.2.

Анализ роли взаимодействия с партнерами – фактор, который может усилить инновационную активность компании и способствовать успеху новых продуктов или услуг, выведенных на рынок, следовательно, повысить конкурентоспособность организаций, увеличить количество внутренних конкурентных преимуществ [23].

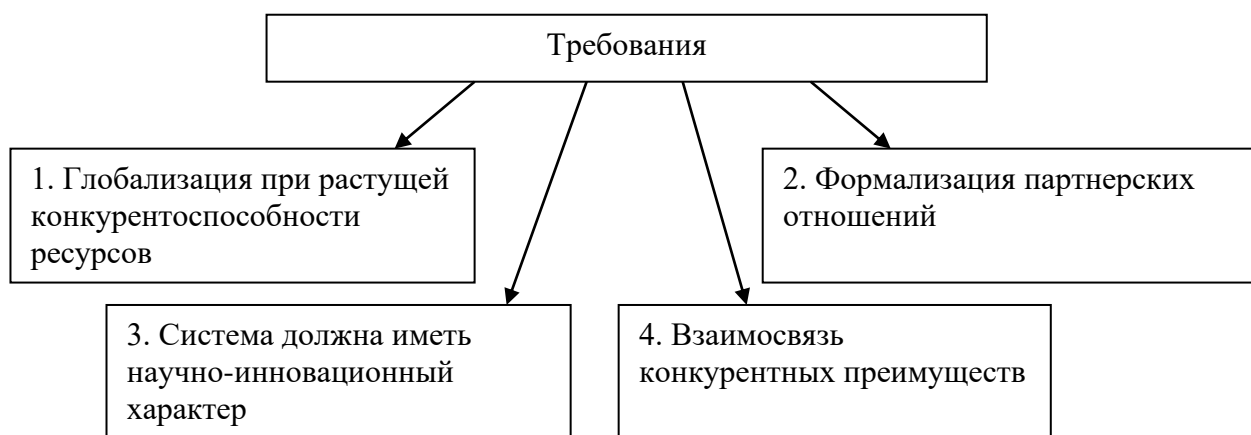


Рисунок 1.2 – Перечень требований к системе факторов конкурентоспособности фирмы [40]

Среда партнерского взаимодействия в текущих условиях имеет развитие, перспективу на дальнейшее развитие, в особенности в оценке конкурентоспособности. Основной целью взаимодействия предприятия с партнерами служит реализация продукции предприятия через различные, оптимально-эффективные каналы и получение соответствующей прибыли. То есть в данном случае цель – создание такой эффективной структуры взаимодействия предприятия с партнерами, которая в дальнейшем способствовала бы его успешному развитию, росту конкурентоспособности.

Ключевой фактор конкурентоспособности в торговой сфере – это, прежде всего, удовлетворение потребностей клиентов. Закрепляется «принцип рационального потребления» на фоне падающей покупательской способности. Многие не готовы переплачивать, но при этом хотят сервиса, хотя бы минимального. Вторым немаловажным фактором является работа с затратами. За счет масштаба крупным игрокам легче оптимизировать расходы и внедрять новые решения, которые позволяют увеличивать эффективность операций, что служит фактором для роста собственной конкурентоспособности [29].

Исследование внутренних факторов влияния тесно связано с анализом хозяйственной деятельности фирмы [38]. Еще одним важным внутренним фактором конкурентоспособности современного предприятия, служит эффективность его персонала. В современных условиях геймификация

служит инструментом обеспечения конкурентоспособности современных компаний.

Современным является подход к ведению бизнеса, который предполагает применение систем поддержки принятия решений. Данный подход особенно значим в условиях стремительно развивающихся информационных технологий, способствующих росту конкурентных преимуществ предприятия [24].

Смешанное обучение (blended learning) –образовательная технология, которая с каждым годом набирает популярность, способствует росту внутренних конкурентных преимуществ предприятия. Дистанционная модель обучения открывает широкие возможности, позволяет специалистам предприятия повысить информационный уровень собственных знаний, в особенности в условиях роста конкурентоспособности хозяйствующего субъекта [9].

Таким образом, при оценке, прогнозировании и управлении конкурентоспособностью фирмы необходимо учитывать всю совокупность современных внутренних и внешних факторов и прочих факторов, влияющих или способных повлиять на ее формирование. При этом достижение конкурентных преимуществ на рынке во многом определяется конкурентоспособностью фирмы, которая характеризуется наличием множества внутренних и внешних факторов, условий их обеспечения. Очевидным становится тот факт, что чем большим количеством конкурентных преимуществ обладает фирма, тем более благоприятные условия оно имеет для эффективной деятельности на рынке или в отдельных ее сегментах.

### **1.3 Методика оценки конкурентоспособности предприятий.**

Методика оценки конкурентоспособности предприятий используется для определения степени конкурентоспособности предприятия на рынке с

целью разработки стратегии его развития и повышения его конкурентоспособности [32].

Основные задачи методики оценки конкурентоспособности предприятий включают:

1. Определение текущего уровня конкурентоспособности предприятия. Методика позволяет оценить сильные и слабые стороны предприятия, его ресурсные и производственные возможности, уровень технологического развития, качество продукции или услуг и другие факторы, влияющие на конкурентоспособность.

2. Идентификация конкурентных преимуществ и недостатков предприятия. Методика позволяет выделить уникальные особенности и преимущества предприятия по сравнению с конкурентами, а также оценить его слабые стороны и недостатки, которые могут препятствовать успешной конкуренции на рынке.

3. Определение потенциала для повышения конкурентоспособности. Методика позволяет выявить возможности для улучшения конкурентоспособности предприятия, в том числе через оптимизацию производственных процессов, повышение качества продукции или услуг, внедрение новых технологий, улучшение маркетинговых стратегий и т.д.

4. Разработка стратегии повышения конкурентоспособности. Методика позволяет определить целевые показатели конкурентоспособности и разработать конкретные мероприятия для достижения данных показателей. Это может включать изменения в организационной структуре, инновационные решения, развитие кадрового потенциала, внедрение современных технологий и другие меры для повышения конкурентоспособности предприятия.

Таким образом, методика оценки конкурентоспособности предприятий имеет целью определить текущую ситуацию предприятия на рынке и разработать конкретные рекомендации для его улучшения и повышения конкурентоспособности [36].

Существует множество методов оценки конкурентоспособности предприятий, что создает трудности при выборе подходящего инструмента и сравнении различных компаний. Несмотря на обилие методик, ни одна из них не является общепринятой, и каждая использует свой набор показателей.

Теория сравнительных преимуществ. Многие подходы к оценке конкурентоспособности на уровне отрасли основываются на классической теории международного разделения труда и законе сравнительных преимуществ. Эта теория предполагает, что страны специализируются на производстве и экспорте товаров, которые они могут производить относительно дешевле, и импортируют товары, которые дешевле производятся в других странах.

Применение теории сравнительных преимуществ для оценки конкурентоспособности отдельных предприятий затруднительно. Преимущества, выявленные этим методом, характеризуют конкурентоспособность всей отрасли, а не конкретной компании. Поэтому данная методика редко используется для непосредственных расчетов конкурентоспособности предприятий [37].

Теории равновесия и конкурентоспособность. Некоторые методы оценки конкурентоспособности производителей основываются на теориях равновесия фирмы и отрасли, таких как модель А. Маршалла и теория факторов производства. Эти теории предполагают, что фирма находится в состоянии равновесия, когда у нее нет стимулов менять объемы или качество производства, а каждый фактор производства используется с максимальной производительностью. В этом состоянии отсутствует сверхприбыль, и, следовательно, нет стимулов для вступления в конкурентную борьбу.

Согласно этим моделям, конкурентоспособность определяется наличием у производителя факторов производства, которые могут быть использованы с большей эффективностью, чем у конкурентов. Данные теории не предоставляют конкретных формул для расчета конкурентоспособности. Кроме того, на практике возникают сложности с

оценкой стоимости факторов производства, что ограничивает применимость этого подхода.

Существует группа методов оценки конкурентоспособности, основанных на использовании матриц. Эти матрицы обычно строятся на основе двух показателей: темпа роста рынка и относительной доли производителя на рынке. Примеры таких методов включают матрицу БКГ, матрицу «привлекательность рынка - преимущество конкуренции» и матрицу Портера. Матричные методы позволяют визуализировать конкурентные позиции различных единиц бизнеса и разработать стратегии поведения на рынке. Однако, их практическое применение осложняется из-за трудностей в получении достоверной информации о рынке и конкурентах.

Теория эффективной конкуренции. Теория эффективной конкуренции фокусируется на определении уровня конкуренции в отрасли, достаточного для поддержания высокой эффективности хозяйственной деятельности. Для анализа конкурентоспособности отрасли в рамках этой теории, положение компаний сравнивается с конкурирующими фирмами на основе показателей, аналогичных тем, что используются для оценки конкурентоспособности отдельных фирм.

Большинство методов оценки конкурентоспособности организаций основаны на применении различных коэффициентов для анализа производственной деятельности, финансового положения, эффективности инвестиций и т.д.

Все существующие методы целесообразно классифицировать:

1. Интегральные методы, в которых применяются косвенные обобщенные показатели (таблица 1.3)

Таблица 1.3 - Интегральные методы оценки конкурентоспособности

| Название (автор) методики          | Формула для расчета конкурентоспособности   | Условные обозначения  |
|------------------------------------|---|---|
| Методика желательности             | $K = (a_1 + a_2 + a_3 + a_4) \sqrt{e_1^{a_1} \cdot e_2^{a_2} \cdot e_3^{a_3} \cdot e_4^{a_4}}$ Если $a_1 = a_2 = a_3 = a_4$ , то формула преобразуется<br>$K = 5 \sqrt{e_1 \times e_2 \times e_3 \times e_4}$   | $a_1, a_2, a_3, a_4$ - коэффициенты весомости показателей эффективности;<br>$e_1, e_2, e_3, e_4$ - частные показатели эффективности деятельности предприятия.   |
| Методика эффективности конкуренции | $K = 0,29\Phi_{\text{п}} + 0,23\text{Эс} + 0,15\text{Кл} + 0,33\text{Кт};$ $\Phi_{\text{п}} = 0,29\text{Ка} + 0,20\text{Кп} + 0,36\text{Кл} + 0,15\text{Ко};$ $\text{Эс} = 0,47 \text{Рп} + 0,34 \text{Кз} + 0,19 \text{Кр};$ $\text{Кп} = (a_j \times b_{ij})/5n,$ | $\Phi_{\text{п}}$ - критерий финансового положения предприятия;<br>$\text{Эс}$ - критерий эффективности организации сбыта продукции;<br>$\text{Кп}$ - конкурентоспособность персонала предприятия;<br>$\text{Кт}$ - конкурентоспособность товара предприятия;<br>$\text{Ка}$ - относительный показатель автономии предприятия;<br>$\text{Кп}$ - относительный показатель платежеспособности предприятия;<br>$\text{Кл}$ - относительный показатель ликвидности предприятия;<br>$\text{Ко}$ - относительный показатель оборачиваемости оборотных средств;<br>0,29; 0,20; 0,36; 0,15; 0,47; 0,34; 0,19 - коэффициенты весомости показателей;<br>$\text{Рп}$ - относительный показатель рентабельности продаж;<br>$\text{Кз}$ - относительный показатель затоваренности продукцией;<br>$\text{Кр}$ - относительный показатель эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта;<br>$\text{Кп}$ - уровень конкурентоспособности конкретной категории персонала;<br>$i$ - количество экспертов;<br>$j$ - количество оцениваемых качеств персонала;<br>$a_j$ - весомость $j$ -го качества персонала;<br>$b_{ij}$ - оценка $i$ -м экспертом $j$ -го качества персонала по пятибалльной системе;<br>$5n$ - максимально возможное количество баллов, которое может получить оцениваемый индивидуум |



| Название (автор) методики | Формула для расчета конкурентоспособности                        | Условные обозначения   |
|---------------------------|--|--|
| Методика Гличева А.В.     | $K_{ao} = (P_{ao} * Z_{lo}/P_{lo}) * Z_{ao} * k_1 * k_2 * k_{п}$ | $P_{ao}$ , $P_{lo}$ - полезный эффект анализируемого и лучшего образца за нормативный срок его службы в условиях конкретного рынка, единица полезного эффекта;<br>$Z_{ao}$ , $Z_{lo}$ - совокупные затраты на жизненный цикл лучшего и анализируемого объекта, денежная единица;<br>$k_1$ , $k_2$ , $k_{п}$ - корректирующие коэффициенты, учитывающие конкурентные преимущества |
| Методика 4Р               | $K_{орг} = P_1 + P_2 + P_3 + P_4$ ,                              | $P_1$ - ср.бальная оценка экспертов показателя Produkt (товар);<br>$P_2$ - бальная оценка экспертов показателя Price (цена),<br>$P_3$ - ср.бальная оценка экспертов показателя Place (регион и каналы сбыта),<br>$P_4$ - ср. бальная оценка экспертов показателя (продвижение на рынке)  |
| Целикова Л.В.             | $R_{ij} = VAP + A_2^2 + \dots + A_{ij}^2$                        | $R_{ij}$ - уровень конкурентоспособности продукции рассматриваемого субъекта рынка и других i-ых конкурентов;<br>$A_1, A_2, A_{ij}$ - единичные показатели оценки конкурентоспособности продукции рассматриваемого субъекта рынка и других анализируемых j-х конкурентов.  |

По шкале, разработанной И. Ансоффом, определим уровень конкурентоспособности субъекта рынка:

$0 \leq K_{кп} \leq 0,40$  - неудовлетворительный уровень конкурентоспособности;

$0,41 \leq K_{кп} \leq 0,7$  - удовлетворительный уровень конкурентоспособности;

$0,71 \leq K_{кп} \leq 0,80$  - хороший уровень конкурентоспособности;

$0,81 \leq K_{кп} \leq 1$  - высокий уровень конкурентоспособности.

Проанализируем преимущества и недостатки интегральных методов расчета конкурентоспособности предприятия (таблица 1.4)

2. Графические методы. В настоящее время чаще всего используются «многоугольник конкурентоспособности» и «радар конкурентоспособности»

Сравнение конкурентоспособности с помощью многоугольника: для обеспечения сравнимости результатов, исследование конкурентов должно охватывать те же сферы, что и анализ конкурентоспособности собственного предприятия.

Таблица 1.4 - Преимущества и недостатки интегральных методов оценки

| Название (автор) методики        | Преимущества   | Недостатки  |
|----------------------------------|--|---|
| Методика желательности           | Быстрота расчетов  | 1. Сложность выбора показателей эффективности деятельности предприятия.<br>2. Сложность расчета коэффициентов весомости                         |
| Методика эффективной конкуренции | 1. Комплексный анализ деятельности предприятия по нескольким направлениям;<br>2. Формирование обоснованных выводов о конкурентоспособности предприятия и возможность выработки управленческих решений по поддержанию конкурентоспособности | Множество расчетов  |
| Фатхутдинов Р.А.                 | Возможность оценки конкурентоспособности предприятия по конкретной группе товаров  | Сложность определения показателя значимости рынка   |
| Методика 4Р                      | Использование легкодоступной информации  | 1. Использование экспертного метода оценки показателей - субъективность оценки<br>2. В расчетах не оценивается финансовое состояние предприятия |
| Гличева А.В.                     | Анализ предполагает в основном оценку конкурентоспособности продукции предприятия и не учитывает других показателей эффективности  | Сложность определения корректирующих коэффициентов  |
| Целикова Л.В.                    | Анализ предполагает в основном оценку конкурентоспособности продукции предприятия и не учитывает других показателей эффективности  | Быстрота расчетов   |

Многоугольник конкурентоспособности — это удобный инструмент для визуального сравнения возможностей предприятия с основными конкурентами. Он позволяет графически отобразить сильные и слабые стороны как собственного предприятия, так и конкурентов, на основе выбранного набора показателей [37].

Число показателей и конкурентов, включенных в анализ, может быть увеличено для более детальной оценки состояния конкурентоспособности.



Рисунок 1.3 – Многоугольник конкурентоспособности

На примере рисунка 1.3, фирма А демонстрирует явные преимущества в сфере послепродажного обслуживания, внешней экономической политики, финансов и ценовой политики. Фирма Б выделяется в области сбыта и, в меньшей степени, качества продукции. Слабые стороны деятельности каждой фирмы также легко различимы на графике.

Наложение многоугольников конкурентоспособности различных предприятий позволяет выявить сильные и слабые стороны каждого из них по отношению к другим.

Недостатки метода:

- субъективность экспертных оценок;
- трудности количественной оценки качественных характеристик (например, послепродажное обслуживание);
- отсутствие точной количественной оценки характеристик предприятий по выбранным критериям.

Преимущества метода:

- наглядное представление сильных и слабых сторон предприятий;
- простота и быстрота определения положения исследуемого предприятия относительно конкурентов.

3. Аналитические методы. Среди них можно выделить метод рейтинговой оценки, оценку на основе доли рынка и оценку на основе потребительской стоимости (таблица 1.5)

Таблица 1.5 - Аналитические методы оценки конкурентоспособности предприятия

| Название методики                          | Формула для расчета  | Условные обозначения   |
|--|--|--|
| Рейтинговая оценка                         | $TM = \sum Z_i(M_i * V_i)$   | TM - итоговый балл; $M_i$ - балл предприятия по i-му показателю; $V_i$ - вес i-го показателя; $Z_i (M_i * V_i)$ - сумма произведений баллов отдельных показателей рейтинговой оценки и их весов                                  |
| Оценка на основе доли рынка                | $MS = RC/TC$   | MS-рыночная доля предприятия; RC - розничный товароборот; TC - общий товароборот на рынке  |
| Оценка на основе потребительской стоимости | $Q = f(P_3^N + P_m^M + P_{экол}^X + P_{соц}^Y)^{1/N} + M + X + Y$<br>$P_j = \sum Z_i = 1 - cB - v(i) / noТреб.(i)$ | $P_j$ - частный показатель конкурентоспособности на основе нормы потребительской стоимости по j-му блоку значимых свойств; N, M, X, Y - вес коэффициентов; $I = (1-n)$ - количество значимых свойств и потребностей в i-ом блоке |

Метод рейтинговой оценки конкурентоспособности предприятия является эффективным инструментом для определения позиции компании на рынке и выявления ее преимуществ и недостатков относительно конкурентов. Данный метод позволяет проанализировать различные аспекты

деятельности предприятия, такие как качество продукции, ценообразование, маркетинговая стратегия, финансовое состояние и управленческие решения.

Одним из основных преимуществ метода рейтинговой оценки является его объективность и независимость от субъективных мнений. Рейтинги формируются на основе конкретных показателей и критериев, что позволяет получить объективную картину ситуации. Благодаря этому предприятие может получить реальные данные о своей конкурентоспособности и принять необходимые меры для улучшения своего положения на рынке [38].

Важно отметить, что метод рейтинговой оценки требует достаточного объема информации и проведения комплексного анализа, что может занять определенное время и требует профессиональных навыков. Однако при правильном подходе данный метод может стать мощным инструментом для развития предприятия и повышения его конкурентоспособности.

Методика оценки конкурентоспособности предприятия на основе доли рынка предполагает анализ присутствия компании на рынке относительно её конкурентов. Доля рынка выражается в процентах и позволяет определить, какую часть от общего объема рынка занимает предприятие. Для расчета доли рынка необходимо учитывать объем продаж или оборот компании и объем продаж или оборот рынка в целом.

Перед началом оценки конкурентоспособности предприятия на основе доли рынка необходимо определить конкурентов и их доли рынка. Для этого проводится анализ рыночной структуры, идентификация основных игроков и их позиций на рынке. После этого можно рассчитать долю рынка каждого конкурента и определить свою позицию.

Сравнивая свою долю рынка с долями конкурентов, можно сделать вывод о своей конкурентоспособности. Если предприятие занимает значительную долю рынка, это говорит о его сильной конкурентоспособности. В случае, если доля рынка невелика, необходимо разработать стратегию увеличения конкурентоспособности, например, путем

расширения продуктовой линейки, улучшения качества товаров или услуг, а также активного продвижения на рынке.

Таким образом, методика оценки конкурентоспособности предприятия на основе доли рынка позволяет компаниям провести анализ своей позиции на рынке, выявить конкурентные преимущества и недостатки, а также разработать стратегию для укрепления своего положения и увеличения доли рынка.

Оценка конкурентоспособности предприятия на основе потребительской стоимости предполагает анализ факторов, влияющих на привлекательность продукции или услуг компании для потребителей. Этот процесс включает в себя изучение конкурентной среды, исследование потребительских предпочтений, анализ ценовой политики предприятия и качества предоставляемых услуг или товаров.

Для проведения оценки конкурентоспособности предприятия на основе потребительской стоимости необходимо учитывать как внешние, так и внутренние факторы, оказывающие влияние на позицию компании на рынке. Внешние факторы включают анализ конкурентов, состояние рыночной среды, тренды в потребительском спросе, а также изменения законодательства. Внутренние факторы – это сильные стороны и слабости предприятия, его способность к инновациям и адаптации к изменениям на рынке.

Определение потребительской стоимости предприятия помогает выявить основные конкурентные преимущества и недостатки компании, что дает возможность разработать стратегию для улучшения конкурентоспособности. Ключевыми инструментами оценки потребительской стоимости являются анализ рыночных сегментов, изучение поведения потребителей, исследование качества продукции или услуг, а также анализ ценовой политики предприятия.

Таким образом, оценка конкурентоспособности предприятия на основе потребительской стоимости позволяет компании выявить свои сильные и

слабые стороны, определить возможности для улучшения и развития бизнеса, а также разработать эффективные стратегии для укрепления своего положения на рынке [40].

Значительные недостатки аналитических методов оценки конкурентоспособности организации делают применение только этих методов непригодным для качественной оценки. Их целесообразно использовать как дополнение к интегрированным или графическим методам.

При оценке конкурентоспособности предприятия сильные и слабые стороны внутренней среды организации в такой же мере, как и угрозы и возможности, определяют условия успешного существования организации.

SWOT анализ – это стратегический инструмент планирования, который позволяет оценить сильные и слабые стороны, возможности и угрозы компании или проекта. Акроним SWOT означает Strengths (сильные стороны), Weaknesses (слабые стороны), Opportunities (возможности) и Threats (угрозы). Для установления этих связей составляется матрица SWOT, которая имеет следующий вид (рис.1.4)

|                                   | Возможности<br>1.<br>2.<br>3. | Угрозы<br>1.<br>2.<br>3. |
|-----------------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| Сильные стороны<br>1.<br>2.<br>3. | ПОЛЕ «SO»                     | ПОЛЕ «ST»                |
| Слабые стороны<br>1.<br>2.<br>3.  | ПОЛЕ «WO»                     | ПОЛЕ «WT»                |

Рисунок 1.4 – Матрица SWOT

Процесс SWOT анализа включает в себя следующие этапы:

1. Идентификация сильных и слабых сторон компании или проекта.
2. Анализ внешней среды для выявления возможностей и угроз.
3. Формулирование стратегий на основе результатов анализа.

Сильные стороны могут включать в себя высококвалифицированный персонал, хорошую репутацию бренда, инновационные продукты или

услуги. Слабые стороны могут быть низкая рентабельность, неэффективные бизнес-процессы, недостаточная известность на рынке.

Возможности могут включать в себя новые рыночные сегменты, сотрудничество с партнерами, изменение законодательства. Угрозы могут быть конкуренция, изменение технологий, негативное восприятие бренда.

На основе SWOT анализа компания может разработать стратегии развития, которые помогут улучшить ее конкурентоспособность и достичь поставленных целей.

Исследование теоретических и практических аспектов конкурентоспособности предприятия позволяет дать оценку конкурентоспособности предприятия ООО «СибЭлектроМонтаж» во второй главе выпускной квалификационной работы.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Общество с ограниченной ответственностью «СибЭлектроМонтаж», именуемое в дальнейшем «Общество», создано в 2009 году и зарегистрировано в Межрайонной инспекции Федеральной налоговой службы № 23 по Красноярскому краю в соответствии с Гражданским Кодексом Российской Федерации и Федеральным законом Российской Федерации «Об обществах с ограниченной ответственностью».

Юридический адрес: 660048, Красноярский Край, г Красноярск, ул Маерчака, д. 49А, офис 31

Главным показателем, характеризующим конечную деятельность предприятия, является чистая прибыль, т.е. тот результат, ради которого предприятие функционирует. Данный показатель имел положительную динамику в своем развитии: увеличение чистой прибыли за изучаемый период составило 23780 тыс. руб., при этом рентабельность предприятия стала равна 8,11%, что свидетельствует о повышении эффективности работы предприятия.

В целом, проведя данный анализ, можно сделать вывод о росте эффективности деятельности предприятия ООО «СибЭлектроМонтаж» за исследуемый период.

Из матрицы оценки стратегий видно, что наиболее подходящей стратегией для фирмы ООО «СибЭлектроМонтаж» является стратегия усиления позиций на рынке.

В 2022 году по сравнению с 2021 уровень конкурентоспособности ООО «СибЭлектроМонтаж» упал примерно на 4,23%, а в 2023 году на 5,63% по сравнению с 2022 годом, что свидетельствует о снижении конкурентоспособности данного предприятия.

По результатам экспертных оценок конкурентоспособность предприятия ООО «СибЭлектроМонтаж» в период с 2021 по 2023 годы снизилась, следовательно отдельные направления конкурентоспособности предприятия

имеют потенциал для дальнейшего увеличения. Так показатель конкурентоспособности сбыта и продвижения продукции неуклонно снижается, что свидетельствует о необходимости направить усилия именно на совершенствование продвижения продукции.

С целью повышения конкурентоспособности ООО «СибЭлектроМонтаж» предлагаются следующие мероприятия:

1 Продвижение выпускаемой продукции через сегментацию рынка

Продвижения выпускаемой продукции возможно через сайт и социальные сети с использованием следующих инструментов продвижения:

- создание сообщества компании по продвижению электрической распределительной и регулирующей аппаратуры;
- использование таргетинговой рекламы;
- качественный контент, различные акции, конкурсы.

2 Развитие сайта для привлечения клиентов.

Для наилучшего продвижения компании и ее услуг целесообразно модернизация веб-сайта и участие в электронной коммерции.

Увеличить время сессии пользователя на странице можно за счет добавления полезного тематически связанного функционала: калькуляторов, тестов и квизов. Также можно включить дополнительные блоки контента вроде комментариев пользователей или ответов на часто задаваемые вопросы.

Еще одним способом увеличить сессию пользователя является подарок с обратным отсчетом. Например, через несколько минут присутствия на сайте пользователь может получить скидку на продукцию ООО «СибЭлектроМонтаж» или какой-то полезный материал (чеклист, гайд).

3 Работа по прямым договорам на рынках города Абакана и Канска

На данный момент в Красноярском крае работает ООО «СибЭлектроМонтаж», расположенное в городе Красноярске, что позволяет удовлетворить потребности в электрической распределительной и регулирующей аппаратуры предприятий и организаций г. Красноярска.

Основной целью заключения прямых договоров на поставку электрической распределительной и регулирующей аппаратуры в городах Красноярского края является и остается увеличение объемов выручки.

Проведенная работа по выявлению организаций, имеющих потребность в электрической распределительной и регулирующей аппаратуры в городах Красноярского края, выявила что наибольшую потребность имеют организации города Абакана и Канска - 20 организации города Абакана и 12 организации города Канска. Следовательно, заключение договоров на поставку электрической распределительной и регулирующей аппаратуры в города Абакан и Канск позволят увеличить выручку и повысить конкурентоспособность предприятия на региональных рынках.

По результатам экспертных оценок конкурентоспособность предприятия ООО «СибЭлектроМонтаж» с учетом разработанных мероприятий возрастет по всем направлениям, что положительно повлияет на финансовое состояние компании. Реализация разработанных мероприятий позволит сократить издержки и оптимизировать бизнес-процессы, что в свою очередь приведет к увеличению прибыли и обеспечит устойчивое развитие предприятия.

Кроме того, увеличение конкурентоспособности компании способствует привлечению новых клиентов и партнеров. Повышенная репутация и доверие к компании среди потенциальных заказчиков способствует расширению клиентской базы и увеличению объема заказов. Это, в свою очередь, содействует росту доходов и укреплению позиций на рынке.

Таким образом, разработка и успешная реализация мероприятий по повышению конкурентоспособности компании ООО «СибЭлектроМонтаж» имеет все шансы на положительное воздействие на ее деятельность и сделает ее успешным участником на рынке электрической распределительной и регулирующей аппаратуры.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 г., с учетом поправок от 30.12. 2008 г. № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 г. № 7-ФКЗ, от 5.02.2014 г. № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ, от 14.03.2020 № 1-ФКЗ // СПС «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации: в 4 ч.: текст с изменениями и дополнениями на 1 апреля 2024 года. // СПС «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_22054/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_22054/).
3. Трудовой кодекс Российской Федерации: от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 14.02.2024) // СПС «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_16580/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_16580/).
4. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 01.03.2024) // СПС «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_16580/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_16580/).
5. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ (в ред. от 12.12.2023) // СПС «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_52144/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/).
6. Антонов Г. Д. Управление конкурентоспособностью организации: учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. — Москва: ИНФРА-М, 2023. – 303с.
7. Астраханцева И. А. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности: учебное пособие / И. А. Астраханцева, О. И. Курган; Сибирский федеральный университет, Институт торговли и сферы услуг. - Красноярск: СФУ, 2021. - 124 с.
8. Белоногова Е.В. Методика оценки конкурентоспособности торговых предприятий / Е.В. Белоногова, Т.И. Берг, А.В. Чураева // Вестник

Самарского государственного экономического университета. — 2022. — №7  
– С. 19-32.

9. Дорофеева В.В. Методический подход к оценке стратегической конкурентоспособности промышленного предприятия / В.В. Дорофеева // Проблемы социально-экономического развития Сибири. – С. 35-39

10. Зяблицкая Н.В. Конкурентоспособность предприятия / Н.В. Зяблицкая, О.С. Евдокимова // Экономика и социум – 2022 - №10 – С. 90-98

11. Иванова Л.А. Маркетинговые исследования: практика проведения анализа конкурентоспособности организации / Л.А. Иванова // Современное общество и власть. – 2020. — №7. – С. 67-69.

12. Казарина Е.Г. Влияние финансового состояния предприятия на конкурентоспособность предприятия / Е.Г. Казарина // Инновационная наука – 2022 - №12 – С. 98-104

13. Каткова Т.В. Конкурентоспособность, как фактор взаимодействия предприятия с внешней средой / Т.В. Каткова // Актуальные вопросы управления, экономики и права. Современное образование и его роль в жизни общества: материалы международной научно-практической конференции. – Новосибирск. — 2021 – С. 55-59.

14. Квасникова В. В. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум / В.В. Квасникова, О.Н. Жучкевич. — М.: Инфра-М, Новое знание, 2021. — 192 с.

15. Котова С.В. Механизм реализации системы управления конкурентоспособностью предприятия и производимой продукции / С.В. Котова // Аллея науки. - 2020. - № 5. - С. 146-149.

16. Кохно Н.О. Методология оценки конкурентоспособности коммерческих предприятий / Н.О. Кохно // Новая наука: финансово-экономические основы. - 2020. - № 2. - С. 102-104.

17. Леонов С. А. Бизнес-планирование. Управление конкурентоспособностью продукции предприятия: учебное пособие / С. А. Леонов, Ю. А. Попов. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский

государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020.  
— 86 с.

18. Максименко И. А. Теория и методология стратегического управления по критерию конкурентной устойчивости: монография / И. А. Максименко; рец.: Е. В. Белякова, Л. В. Юшкова; Сибирский федеральный университет, Институт торговли и сферы услуг. - Красноярск: СФУ, 2022. - 172 с

19. Мокроносов А.Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И.Н. Маврина. – Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2020. – 194 с.

20. Молдован А.А. Оценка конкурентоспособности предприятия /А.А. Молдован // E-Scio – 2023 - №9 – С. 117-125

21. Намыслова У.Д. Способы оценки и анализа конкурентоспособности предприятий / У.Д. Намыслова // Экономические науки. – 2020. — №4. – С. 39

22. Отварухина Н.С. Управление конкурентоспособностью/ Н.С. Отварухина, В.Р. Весенин. – Москва: Юрайт, 2019. – 336 с.

23. Половникова Н.А. Конкурентоспособность предприятия: сущность и оценка /Н.А. Половникова, М.С. Блохин// Экономика и бизнес: теория и практика – 2023 - №6 – С. 50-55

24. Проблемы и тенденции развития сферы услуг в условиях цифровизации: монография / Ю. Л. Александров, Т. Ю. Анопченко, Т. Г. Бутова [и др.]; рец.: Н. А. Симченко, М. С. Злотников; Сибирский федеральный университет, Институт торговли и сферы услуг. - Красноярск: СФУ, 2023. - 260 с.

25. Романовская Е.В. Стратегии обеспечения конкурентоспособности предприятия / Е.В. Романовская, Н.А. Бакулина // Московский экономический журнал – 2022 - №9 – С. 40-48

26. Рохчин В.Е., Ветрова Е.Н. Управление стратегической конкурентоспособностью промышленного предприятия на основе развития

его потенциала / под ред. А.Е. Карлика. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2021. - 262 с.

27. Саяпина О.Н. Современные направления повышения конкурентоспособности организаций / О.Н. Саяпина // Символ науки. - 2021. - Т. 1. - № 2. - С. 101-104.

28. Сердитова О. В. Применение портфельного анализа при оценке конкурентоспособности организации» / О.В. Сердитова // Молодежь и наука. -2020. - № 6. - С. 188

29. Сидова С.А. К вопросу о повышении конкурентоспособности промышленных предприятий / С.А. Сидова // ХГУ имени ак.Б.Гафурова. – 2019. – С. 163-167

30. Сидоров И.А. Анализ конкурентоспособности организации и её конкурентов / И.А Сидоров // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы. — 2019. – с. 65-67

31. Теория и практика коммерческой деятельности: материалы XX Международной научно-практической конференции, Красноярск, 12–14 мая 2020 г. / Сибирский федеральный университет, Институт торговли и сферы услуг; отв. за вып. О. В. Рубан ; редкол. Ю. Л. Александров [и др.]. - Красноярск: СФУ, 2021. - 511 с.

32. Управление конкурентоспособностью: учебник для вузов / Е. А. Горбашко [и др.] ; под редакцией Е.А. Горбашко, И.А. Максимцева. - Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 427 с.

33. Устимкин О.А. Оценка и пути повышения конкурентоспособности предприятия / О.А, Устимен // Форум молодых ученых. – 2019. — №1 (29). – С. 7-10

34. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учеб. пособие. – М.: Эксмо, 2020. — 320 с.

35. Философова Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность: учебное пособие / Т.Г. Философова, В.А. Быков;

под ред. Т.Г. Философовой. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ, 2020. — 296 с.

36. Хайруллина Д.И. Методические аспекты анализа конкурентоспособности предприятий АПК / Д.И. Хайрулина // Вектор науки ТГУ. № 2 (24). – 2019. – С. 359 – 363.

37. Харламов М.Д. Сравнительный анализ методов оценки конкурентоспособности современного предприятия /М.Д. Харламов // Экономика и бизнес: теория и практика – 2023 - №5 – С. 41-44

38. Чебурахина Д.И. Анализ методов оценки конкурентоспособности предприятия / Д. И. Чебурахина, Т. Н. Субботина // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2022. -№ 5-3 (87). - С. 191-195.

39. Чичиренко М.А. Методы оценки конкурентоспособности предприятия / М.А. Чичиренко // Аграрное образование и наука. - 2019. - № 1. - С. 59.

40. Шишлонова А.А. Конкурентоспособность предприятия: принципы и методы оценки /А.А. Шишлонова // Экономика и бизнес: теория и практика – 2022 - №2 – С. 124-129



## ПРИЛОЖЕНИЕ А. Бухгалтерский баланс

|  |  |
|--|--|
| <i>Информация из Государственного информационного ресурса бухгалтерской (финансовой) отчетности (Ресурса БФО)</i>          |  |
| Дата формирования информации   | 17.04.2024   |
| Номер выгрузки информации  | № 0710099_2460218225_2023_000_20240417_e6be8401-bd06-4b1f-adad-1a3880b6b8c7        |
| Настоящая выгрузка содержит информацию о юридическом лице:   |  |
| Полное наименование юридического лица  | ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "СИБЭЛЕКТРОМОНТАЖ"                        |
| <i>включенная в Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности по состоянию на 17.04.2024</i> |  |
| ИНН  | 2460218225   |
| КПП  | 246001001  |
| Код по ОКПО  |  |
| Форма собственности (по ОКФС)  |  |
| Организационно-правовая форма (по ОКОПФ)   | 12300  |
| Вид экономической деятельности по ОКВЭД 2  | 27.12  |
| Местонахождение (адрес)  | 660048, Красноярский край, Г.О.Город Красноярск г, Маерчака ул, дом № 49А, офис 31 |
| Единица измерения  | <u>Тыс. руб.</u>   |
| Бухгалтерская отчетность подлежит обязательному аудиту   | Нет  |
| Наименование аудиторской организации/ФИО индивидуального аудитора  |  |
| ИНН  |  |
| ОГРН/ОГРНИП  |  |

**Бухгалтерский баланс**  
На 31 декабря 2023 г.

| <i>Пояснения<sup>1</sup></i>  | <i>Наименование показателя</i>                             | <i>Код строки</i> | <i>На 31 декабря 2023 г.</i> | <i>На 31 декабря 2022 г.</i> | <i>На 31 декабря 2021 г.</i> |
|-------------------------------|--|-------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| <i>1</i>                      | <i>2</i>   | <i>3</i>          | <i>4</i>                     | <i>5</i>                     | <i>6</i>                     |
| <b>Актив</b>                  |  |                   |                              |                              |                              |
| <b>I. Внеоборотные активы</b> |  |                   |                              |                              |                              |
|                               | Нематериальные активы                                      | 1110              | -                            | -                            | -                            |
|                               | Результаты исследований и разработок                       | 1120              | -                            | -                            | -                            |
|                               | Нематериальные поисковые активы                            | 1130              | -                            | -                            | -                            |
|                               | Материальные поисковые активы                              | 1140              | -                            | -                            | -                            |
|                               | Основные средства  | 1150              | 5 308                        | 8 298                        | 7 952                        |
|                               | Доходные вложения в материальные ценности                  | 1160              | -                            | -                            | -                            |
|                               | Финансовые вложения  | 1170              | -                            | -                            | -                            |
|                               | Отложенные налоговые активы                                | 1180              | 268                          | 113                          | 2                            |
|                               | Прочие внеоборотные активы                                 | 1190              | -                            | -                            | -                            |
|                               | <b>Итого по разделу I</b>                                  | <b>1100</b>       | <b>5 576</b>                 | <b>8 411</b>                 | <b>7 954</b>                 |
| <b>II. Оборотные активы</b>   |  |                   |                              |                              |                              |
|                               | Запасы   | 1210              | 52 459                       | 86 497                       | 52 853                       |
|                               | Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям  | 1220              | 17                           | 134                          | 179                          |
|                               | Дебиторская задолженность                                  | 1230              | 102 706                      | 70 641                       | 82 925                       |
|                               | Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов) | 1240              | 84 620                       | 61 095                       | 82                           |
|                               | Денежные средства и денежные эквиваленты                   | 1250              | 88                           | 639                          | 23 386                       |
|                               | Прочие оборотные активы                                    | 1260              | 34                           | 219                          | 105                          |
|                               | <b>Итого по разделу II</b>                                 | <b>1200</b>       | <b>239 924</b>               | <b>219 225</b>               | <b>159 530</b>               |
|                               | <b>БАЛАНС</b>  | <b>1600</b>       | <b>245 500</b>               | <b>227 636</b>               | <b>167 484</b>               |

| Пояснения <sup>1</sup>                | Наименование показателя  | Код строки | На 31 декабря 2023 г. | На 31 декабря 2022 г. | На 31 декабря 2021 г. |
|---------------------------------------|--|------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                                     | 2  | 3          | 4                     | 5                     | 6                     |
| <b>Пассив</b>                         |  |            |                       |                       |                       |
| <b>III. Капитал и резервы</b>         |  |            |                       |                       |                       |
|                                       | Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей) | 1310       | 500                   | 500                   | 500                   |
|                                       | Собственные акции, выкупленные у акционеров                            | 1320       | (-) <sup>2</sup>      | (-)                   | (-)                   |
|                                       | Переоценка внеоборотных активов  | 1340       | -                     | -                     | -                     |
|                                       | Добавочный капитал (без переоценки)                                    | 1350       | -                     | -                     | -                     |
|                                       | Резервный капитал  | 1360       | -                     | -                     | -                     |
|                                       | Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)                           | 1370       | 95 138                | 70 633                | 64 507                |
|                                       | <b>Итого по разделу III</b>  | 1300       | 95 638                | 71 133                | 65 007                |
| <b>IV. Долгосрочные обязательства</b> |  |            |                       |                       |                       |
|                                       | Заемные средства   | 1410       | -                     | -                     | -                     |
|                                       | Отложенные налоговые обязательства                                     | 1420       | 1 718                 | 1 783                 | 1 105                 |
|                                       | Оценочные обязательства  | 1430       | -                     | -                     | -                     |
|                                       | Прочие обязательства   | 1450       | 3 698                 | 3 098                 | 215                   |
|                                       | <b>Итого по разделу IV</b>   | 1400       | 5 416                 | 4 881                 | 1 320                 |
| <b>V. Краткосрочные обязательства</b> |  |            |                       |                       |                       |
|                                       | Заемные средства   | 1510       | 50 728                | 52 139                | 40 942                |
|                                       | Кредиторская задолженность   | 1520       | 93 718                | 99 483                | 60 215                |
|                                       | Доходы будущих периодов  | 1530       | -                     | -                     | -                     |
|                                       | Оценочные обязательства  | 1540       | -                     | -                     | -                     |
|                                       | Прочие обязательства   | 1550       | -                     | -                     | -                     |
|                                       | <b>Итого по разделу V</b>  | 1500       | 144 446               | 151 622               | 101 157               |
|                                       | <b>БАЛАНС</b>  | 1700       | 245 500               | 227 636               | 167 484               |

Примечания

<sup>1</sup> Указывается номер соответствующего пояснения.

<sup>2</sup> Здесь и в других формах отчетов вычитаемый или отрицательный показатель показывается в круглых скобках.

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Отчет о финансовых результатах

ИНН 2460218225  
КПП 246001001

Форма по КНД 0710099  
Форма по ОКУД 0710002

### Отчет о финансовых результатах

За 2023 г.

| Пояснения <sup>3</sup> | Наименование показателя  | Код строки | За 2023 г. | За 2022 г. |
|------------------------|--|------------|------------|------------|
| 1                      | 2  | 3          | 4          | 5          |
|                        | Выручка <sup>4</sup>   | 2110       | 425 282    | 365 206    |
|                        | Себестоимость продаж   | 2120       | (325 437)  | (272 623)  |
|                        | Валовая прибыль (убыток)   | 2100       | 99 845     | 92 583     |
|                        | Коммерческие расходы   | 2210       | (59 047)   | (79 866)   |
|                        | Управленческие расходы   | 2220       | (-)        | (-)        |
|                        | Прибыль (убыток) от продаж   | 2200       | 40 798     | 12 717     |
|                        | Доходы от участия в других организациях  | 2310       | -          | -          |
|                        | Проценты к получению   | 2320       | 7 649      | 2 837      |
|                        | Проценты к уплате  | 2330       | (4 197)    | (3 801)    |
|                        | Прочие доходы  | 2340       | 3 400      | 6 023      |
|                        | Прочие расходы   | 2350       | (4 537)    | (4 333)    |
|                        | <b>Прибыль (убыток) до налогообложения</b>   | 2300       | 43 113     | 13 443     |
|                        | Налог на прибыль <sup>5</sup>  | 2410       | (8 613)    | (2 688)    |
|                        | в т.ч.:  |            |            |            |
|                        | текущий налог на прибыль   | 2411       | (8 859)    | (2 152)    |
|                        | отложенный налог на прибыль <sup>6</sup>   | 2412       | 220        | (566)      |
|                        | Прочее   | 2460       | 5          | (30)       |
|                        | <b>Чистая прибыль (убыток)</b>   | 2400       | 34 505     | 10 725     |
|                        | Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода                | 2510       | -          | -          |
|                        | Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода                                | 2520       | -          | -          |
|                        | Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода <sup>5</sup> | 2530       | -          | -          |
|                        | <b>Совокупный финансовый результат периода<sup>7</sup></b>   | 2500       | 34 505     | 10 725     |

| Пояснения <sup>3</sup> | Наименование показателя                | Код строки | За 2023 г. | За 2022 г. |
|------------------------|--|------------|------------|------------|
| 1                      | 2                                      | 3          | 4          | 5          |
| <b>СПРАВОЧНО</b>       |  |            |            |            |
|                        | Базовая прибыль (убыток) на акцию      | 2900       | -          | -          |
|                        | Разводненная прибыль (убыток) на акцию | 2910       | -          | -          |

Примечания

<sup>3</sup> Указывается номер соответствующего пояснения.

<sup>4</sup> Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.

<sup>5</sup> Отражается расход (доход) по налогу на прибыль.

<sup>6</sup> Отражается суммарная величина изменений отложенных налоговых активов и отложенных налоговых обязательств за отчетный период.

<sup>7</sup> Совокупный финансовый результат периода определяется как сумма строк "Чистая прибыль (убыток)", "Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода" и "Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода", "Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода".

### Дополнительные строки отчета о финансовых результатах

*Лист представляется за отчетный период 2023 года при принятии организацией решения о неприменении изменений, предусмотренных пунктом 2 приказа Минфина от 19.04.2019 г. №61н "О внесении изменений в приказ Министерства финансов Российской Федерации от 02.07.2010 г. № 66н "О формах бухгалтерской отчетности организаций", до указанного в данном пункте срока"*

| Пояснения | Наименование показателя                            | Код строки | За 2023 г. | За 2022 г. |
|-----------|--|------------|------------|------------|
| 1         | 2  | 3          | 4          | 5          |
|           | Текущий налог на прибыль <sup>8</sup>              | 2410       |            |            |
|           | в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы) | 2421       | -          | -          |
|           | Изменение отложенных налоговых обязательств        | 2430       | -          | -          |
|           | Изменение отложенных налоговых активов             | 2450       | -          | -          |

<sup>8</sup> Значения показателя заполняются по коду строки 2411 отчета о финансовых результатах.

Информация сформирована с использованием сервиса «Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности», размещенного на официальном сайте ФНС России в сети Интернет по адресу: <https://bo.nalog.ru>



## ПРИЛОЖЕНИЕ В. Анкета определения типа организационной культуры

|   | Средняя оценка в баллах |
|---|-------------------------|
| <b>Хороший начальник:</b>   |                         |
| Сильный, решительный и твердый, но справедливый, защищает преданных подчиненных, великодушен и снисходителен к ним.   | 3,8                     |
| Объективный и точный, избегает использовать власть в своих интересах, требует от подчиненных только то, что соответствует должностным обязанностям.                       | 3,2                     |
| Избегает противоречий, легко поддается влиянию в вопросах, касающихся выполнения задачи, использует власть для получения ресурсов, необходимых для выполнения работы.     | 1,8                     |
| Заботится о личных нуждах других, использует свое положение для обеспечения возможностей, стимулирующих работу подчиненных.   | 1,2                     |
| <b>Хороший подчиненный:</b>   |                         |
| Угодливый, трудолюбивый и преданный интересам своего начальника.  | 3,3                     |
| Ответственный и надежный, выполняет свои обязанности и избегает действий, беспокоящих начальника.   | 1,3                     |
| Желает внести свой вклад в решение задачи, выдвигает идеи и предположения, тем не менее, охотно уступает первенство другим, более компетентным и способным.               | 2,8                     |
| Крайне заинтересован в развитии своих потенциалов, нет побуждений против получения помощи, учебы, уважительно относится к нуждам и ценностям других, охотно помогает сам. | 2,5                     |
| <b>Хороший член организации прежде всего выполняет</b>  |                         |
| Личные приказания начальника.   | 3                       |
| Обязанности, требования своей собственной роли и следует привычным образцам поведения.  | 4                       |
| Действия, требования, вытекающие из задачи или профессии и из возможностей, энергии и материальных ресурсов.  | 1,3                     |
| Личные интересы.  | 1,7                     |
| <b>Люди, которые преуспевают в организации</b>  |                         |
| Расчетливы, соперничают друг с другом, с сильными устремлениями к власти.   | 3,5                     |
| Добросовестные и ответственные, с глубоким чувством преданности организации.  | 1,4                     |
| Компетентные и полезные, с большим желанием сделать дело.   | 3,5                     |
| Эффективны и компетентны в личных взаимоотношениях, желающие помочь росту и развитию других сотрудников.  | 1,8                     |
| <b>Отношение организации к сотруднику</b>   |                         |
| Такое, как будто его время и энергия находятся в распоряжении лиц, стоящих выше по служебной лестнице.  | 1                       |
| Временем и усилиями сотрудников организация распоряжается в рамках контракта.   | 3,7                     |
| Как к партнеру, связывающему свои умения и способности с общим делом.   | 2                       |

|   |     |
|---|-----|
| Как к интересному и ценному человеку со своими правами.   | 3,3 |
| <b>Сотрудниками управляют и на них влияют</b><br>Личным проявлением экономической и политической силы (награды и наказания).                              | 4   |
| Безналичным проявлением экономической и политической силы, чтобы навязать методы и нормы выполнения работ.  | 2   |
| С помощью обещания и обсуждения требований, выдвигаемых задачей и ведущих к достижению цели путем соответствующей деятельности, мотивированной личностью. | 1,8 |
| Внутренний интерес и удовлетворение от предстоящей работы и (или) участие, забота о нуждах других людей, вовлеченных в эту деятельность.                  | 2,2 |
| <b>Один сотрудник имеет право контролировать деятельность другого,</b><br>Если у этого сотрудника больше авторитета и власти в организации.               | 3,2 |
| Если ему предписано руководить другими.   | 3   |
| Если у него больше знаний о выполняемой задаче.   | 2,8 |
| Если другой понимает, что помощь и руководство первого могут способствовать его росту и знаниям.  | 1   |
| <b>Основание для постановки задачи:</b><br>Личные нужды и мнение тех, кто находится у власти.   | 2,8 |
| Формальное распределение должностных обязанностей и ответственности в системе.  | 1,7 |
| Требования к ресурсам и экспертные оценки для выполнения работы.  | 1,5 |
| Личные желания и необходимость приобретения знаний отдельными членами организации.  | 2,3 |
| <b>Работа совершается из-за:</b><br>Получения вознаграждения, страха наказания или личной преданности отдельным влиятельным лицам.                        | 4   |
| Соблюдения договорных обязательств, подкрепленных санкциями и личной преданностью организации или системе.  | 2,8 |
| Удовлетворения от работы и достижений и (или) из-за личной преданности идее.  | 2,2 |
| Любви к работе ради самой работы и интереса и уважения к запросам и ценностям сотрудников.  | 1   |
| <b>Люди работают вместе,</b><br>Когда этого требует вышестоящее руководство или когда понимают, что могут использовать друг друга для личной выгоды.      | 3   |
| Когда координация и обмен определяются формальной системой.   | 1,5 |
| Когда их совместный вклад необходим для достижения цели.  | 2,3 |
| Когда сотрудничество стимулирует и вызывает на соревнование.  | 1,8 |
| <b>Соперничество</b><br>За личную власть и выгоду.  | 3,3 |
| За положение с высоким статусом в формальной системе.   | 2,2 |
| За максимальный вклад в выполнение задач.   | 2,8 |
| За внимание к чьим-либо личным запросам.  | 1,7 |
| <b>Конфликт</b><br>Контролируется вмешательством высшего руководителя и часто им поощряется, чтобы сохранить свою власть.                                 | 1,8 |
| Подавляется ссылкой на правила, процедуры поведения и определения ответственности.  | 1,3 |
| Разрешается через обсуждение качества результатов работы.   | 3   |
| Разрешается с помощью открытого и глубокого обсуждения личных   |     |

|   |     |
|---|-----|
| запросов и ценностей.   | 3,5 |
| <b>Решения</b>  |     |
| Принимаются лицом, обладающим большей властью.  | 2,7 |
| Принимаются лицом, которое обязано это делать.  | 3,2 |
| Принимаются лицами, которые лучше других знакомы с задачей.   | 3,2 |
| Принимаются сильно вовлеченными лицами, на которых влияет результат.  | 1   |
| <b>Соответствующее управление и информационная структура:</b>   |     |
| Приказ идет сверху вниз в простой пирамиде так, что любой находящийся выше в пирамиде имеет власть над тем, кто ниже; информация распространяется вверх посредством последовательных распоряжений.  | 4   |
| Директивы распространяются сверху вниз, информация идет вверх в пределах функциональных пирамид, которые соединяются сверху; власть и ответственность ограничивается сотрудниками, расположенными ниже в пирамиде; перекрестный функциональный обмен ограничен.   | 2   |
| Информация о требованиях, предъявляемых к задаче, и проблемах идет из центра, решающего задачу, вверх и наружу, причем те, кто понимает лучше всего проблему, определяют необходимые ресурсы и поддержку от остальной части организации; координирующий совет может установить порядок очередности и уровни ресурсов на основе информации ото всех центров задачи; структура должна изменяться в соответствии с природой и местом задачи. | 2,7 |
| Информация и влияние идут от человека к человеку на основе связей, в которые свободно вступают ради работы, знаний, взаимной поддержки и удовольствия; координирующая функция может установить общие уровни взносов, необходимых для сохранения организации; эти задачи определяются общим соглашением.   | 1,3 |
| <b>На окружение реагируют так, словно это</b>   |     |
| Джунгли, где все против всех, и тот, кто не эксплуатирует других, сам эксплуатируется.  | 2,7 |
| Упорядоченная и рациональная система, где конкуренция ограничена законом, а конфликты разрешаются путем переговоров и компромиссов.   | 2,7 |
| Совокупность неопределенных форм и систем, которые нужно переформировать и улучшить путем организации.  | 1,5 |
| Комплекс потенциальных опасностей и помощи.   | 2,8 |



Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт торговли и сферы услуг

Кафедра торгового дела и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 Ю.Ю. Сулова

«06» 06 2024 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.06 «Торговое дело» 38.03.06.01 «Коммерция»

Анализ и оценка конкурентоспособности предприятия

Руководитель

  
подпись, дата

доцент, канд. экон. наук  
должность, ученая степень

Е.В. Белоногова  
инициалы, фамилия

Выпускник

  
подпись, дата

ЭУ20-03БК  
группа

В.В. Савченко  
инициалы, фамилия

Нормоконтролер

  
подпись, дата

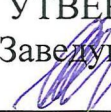
профессор, д-р экон. наук  
должность, ученая степень

Ю.Ю. Сулова  
инициалы, фамилия

Красноярск 2024

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«**СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**»

Институт торговли и сферы услуг  
Кафедра торгового дела и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
 Ю.Ю. Сулова  
« 05 » 03 2024 г.

**ЗАДАНИЕ  
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ  
в форме бакалаврской работы**

Студенту Савченко Валентине Викторовне  
Группа ЭУ20-03БК Направление (специальность) 38.03.06 «Торговое дело» 38.03.06.01  
«Коммерция»

Тема выпускной квалификационной работы Анализ и оценка конкурентоспособности  
предприятия

Утверждена приказом по университету № 4118/С от 05.03.2024 г.

Руководитель ВКР Е.В. Белоногова, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры торгового  
дела и маркетинга Института торговли и сферы услуг

Исходные данные для ВКР бухгалтерская отчетность предприятия, статистическая  
отчетность, материалы собственных исследований

Перечень разделов ВКР:

Введение

1 Теоретические и методические аспекты оценки конкурентоспособности предприятия

2 Анализ и оценка конкурентоспособности ООО «СибЭлектроМонтаж»

3 Направления повышения конкурентоспособности предприятия ООО  
«СибЭлектроМонтаж»

Заключение

Список использованных источников

Приложения

Перечень графического материала: таблиц – 43; рисунков – 25; приложений – 3

Руководитель ВКР

  
\_\_\_\_\_ подпись

Е.В. Белоногова  
инициалы и фамилия

Задание принял к исполнению

  
\_\_\_\_\_ Подпись

В.В. Савченко  
инициалы и фамилия студента

05.03. 2024г.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГАОУ ВО "Сибирский федеральный университет"  
Институт торговли и сферы услуг  
Кафедра торгового дела и маркетинга

**ОТЗЫВ**

на выпускную квалификационную работу в форме бакалаврской работы  
студента 4 курса очной формы обучения  
направления подготовки 38.03.06 Торговое дело профиль 38.03.06.01 Коммерция  
на тему: «Анализ и оценка конкурентоспособности предприятия»

**Савченко Валентины Викторовны**

**Актуальность темы:** В условиях рыночной экономики значительно усложнилась деятельность всех экономических субъектов, в том числе и торгово-производственных организаций. Конкуренция заставляет предприятия активно искать и разрабатывать новые стратегические подходы к решению проблемы повышения конкурентоспособности. Стратегии повышения конкурентоспособности торговых организаций неразрывно связаны с применением инновационных технологий в сфере управления предприятием и торгово-технологическими процессами.

**Соответствие содержания работы заявленной теме и плану работы:** соответствует полностью.

**Полнота раскрытия темы:** тема раскрыта полностью.

**Применяемые методы исследования и владение ими:** в работе использованы основные методы анализа и синтеза; обобщения и аналогии; сравнение, графических приёмов, SWOT-анализ, многоугольник конкурентоспособности, анкетирование и др.

**Использование в работе элементов исследования:** разработаны рекомендации, направленные на повышение конкурентоспособности торговой организации.

**Обоснованность выводов и предложений:** выводы автора экономически обоснованы и корректны, в частности проведен анализ экономических и финансовых показателей, формирующих уровень конкурентоспособности торговой организации, а так же дана комплексная оценка конкурентоспособности организации. На основании проведенного анализа разработан ряд практических рекомендаций, направленных на повышение конкурентоспособности торговой организации.

**Практическая значимость и область применения работы:** работа имеет практическую значимость, получен акт о внедрении результатов, работа выполнена на заказ предприятия.

**Проявленные профессиональные и личные качества студента:** инициативность, исполнительность, творческий подход.

**Исполнительская дисциплина студента:** работа выполнена с соблюдением графика.

**Уровень профессиональной подготовки:** способен собирать, обобщать и систематизировать теоретический материал, владеет высоким уровнем знаний в исследуемой области.

**Применение в работе и владение техническими средствами обработки информации:** владеет в полной мере.

**Соответствие работы предъявляемым требованиям:** выпускная квалификационная работа в форме бакалаврской работы Савченко В.В. по содержанию и оформлению соответствует полностью требованиям Высшей школы. Проверка работы в системе антиплагиат показала 77,82% оригинальности текста.

**Допуск к защите:** работа допущена к защите.

Руководитель выпускной квалификационной работы  
в форме бакалаврской работы  
канд. экон. наук, доцент кафедры ТДиМ



Е.В. Белоногова

«05» июня 2024 г.