

МРНТИ 06.81.12
УДК 338.34

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2022-1-2-143-152>

Г.Б. КЕНЖЕБАЕВА,*¹

магистр экономики.

*e-mail: gulnara_bulegenovna@mail.ru

¹Евразийский технологический университет,
г. Алматы, Казахстан

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

Конкурентоспособность предприятия непосредственно связана с качеством выпускаемой продукции. Поэтому в процессе производства продукции соответствующего ассортимента необходимо оптимально налаживать всю производственную и технологическую цепочку, то есть от момента получения сырья до стадии выхода готовой продукции. Цель статьи – провести анализ по основным экономическим показателям конкурентоспособности на примере ТОО «Import Oils». Предметом исследования являются организационно-экономические отношения в процессе повышения конкурентоспособности предприятия. В процессе исследования были использованы методы дифференцированных показателей оценки эффективности конкурентоспособности предприятия: показатели ликвидности, показатели финансовой устойчивости, показатели рентабельности предприятия. В этом аспекте особую роль играет процесс формирования себестоимости продукции, поскольку он составляет основу ценообразования субъекта бизнеса. Следовательно, предприятию необходимо дискриминационное ценообразование в тех отраслях, где фирма реализует свою продукцию. В целом наряду с повышением конкурентоспособности предприятия, повышением качества реализуемой продукции и расширением ее ассортимента проводится целенаправленная работа по продвижению товара на рынок. В этом аспекте особая роль должна отводиться вопросам совершенствования каналов сбыта продукции компании. Вместе с тем конкурентоспособность хозяйствующих субъектов позволит сформировать сбалансированное развитие отраслевых рынков отдельных видов продукции и услуг.

Ключевые слова: конкурентоспособность, рентабельность, финансовый анализ, компания, предприятие, прибыль, ликвидность.

Введение

В нынешнее время все предприятия вынуждены бороться со своими конкурентами за свой товар, который они предоставляют, чтобы привлечь внимание своих покупателей. Влияние могут оказывать не только конкуренты, но и ресурсы, которые они приобретают. Это связано с тем, что с каждым годом во всем мире они все больше и больше исчерпываются, и это приведет к повышению цены на товар, который они продают.

Для этого отечественным предприятиям придется соперничать в конкурентной борьбе. Выживут только те предприятия, которые смогут применить все свои ресурсы, современные методы, знания и навыки. И тот субъект бизнеса, который сможет идти вперед в ногу со временем, будет сильнейшим конкурентоспособным предприятием и сможет предоставить лучший товар, чем фирмы-конкуренты [1].

Материалы и методы

В процессе выполнения теоретической и методической основой явились труды отечественных и зарубежных ученых по проблеме экономической оценки конкурентоспособности субъектов бизнеса. Используются законодательные и нормативные материалы, касающиеся вопросов функционирования субъектов бизнеса и их конкурентоспособности. Сравнительный метод теории эффективности конкурентоспособности по отчетным данным предприятия. Метод по определению конкурентоспособности продукции предприятия широко используется в субъектах реального сектора экономики [2]. Это связано с тем, что конкурентоспособность продук-

ции непосредственно влияет и на конкурентоспособность предприятия. При оценке конкурентоспособности продукции по данному методу основными критериями выступают качество и цена продукции либо услуги.

Метод основан на анализе показателей, которые характеризуют эффективность и финансовое положение компаний, для таких расчетов необходима финансовая отчетность, ежегодно публикуемая на официальных сайтах предприятия.

Основные положения

Конкурентоспособность предприятия непосредственно связана с его экономической деятельностью и безопасностью. Поэтому конкурентоспособность субъекта играет важную роль в доминировании предприятия по производству тех или иных продуктов на отраслевых рынках. В связи с этим для определения конкурентоспособности предприятия или определения его рыночной доли используется система методов и показателей. В настоящее время конкуренция и конкурентоспособность являются основными понятиями для казахстанской экономики. Считается, что конкуренция является движущей силой отношений рыночных деятелей и эволюцией их партнерства, что является одной из самых созидательных сил экономической системы. Наиболее успешны те предприятия, которые способны выдержать конкуренцию, участники рыночных отношений наиболее конкурентоспособные из них. Лидирующие позиции предприятия напрямую зависят от способности предоставлять такие товары и услуги, которые точно отвечают потребностям клиентов и рынка в целом.

Лидерство, успех, а также устранение возможных конкурентов являются конечными целями каждой организации, эта победа должна быть естественным результатом постоянных усилий. Поэтому руководство предприятия постоянно ищет новые инструменты и многочисленные рычаги, которые смогут повысить конкурентоспособность в конкурентной борьбе для достижения лидирующих позиций на рынке.

Результаты

Как известно, конкурентоспособность предприятия подразумевает его потенциальные финансово-экономические возможности, а также перспективы развития субъектов бизнеса в условиях конкуренции. Поэтому в нашем исследовании особое внимание уделяли конкурентоспособности компании ТОО «Import Oils» с учетом его финансово-хозяйственной деятельности. Как известно, результатом финансово-хозяйственной деятельности субъекта бизнеса являются показатели коэффициента рентабельности предприятия [3].

1) Рентабельность активов (РА) = прибыль до налогообложения / активы.

РА (2019) = 14 773 534 / 712 226 210 = 0,02

РА (2020) = 17 764 247 / 924 280 731 = 0,02

Как известно, показатель рентабельности активов характеризует уровень использования ресурсов предприятия, то есть оборотный и основной капитал. У нашей исследуемой компании за 2019–2020 гг. показатели составляют 0,02 в активы предприятия.

Таблица 1 – Показатели рентабельности ТОО «Import Oils»

№	Показатели	Годы		Отклонение, +; -
		2019	2020	
1	Коэффициент рентабельности активов	0,02	0,02	
2	Коэффициент рентабельности долгосрочных активов	1,28	1,04	-0,24
3	Коэффициент рентабельности собственного капитала	0,05	0,03	-0,02
4	Коэффициент рентабельности продукции	0,01	0,02	0,01
5	Коэффициент рентабельности продаж	0,01	0,02	0,01

Примечание – Составлено автором по отчетным данным предприятия [5].

2) Рентабельность долгосрочных активов (РДА) определяется отношением прибыли до налогообложения к долгосрочным активам.

$$\text{РДА (2019)} = 14\,773\,534 / 12\,502\,031 = 1,28$$

$$\text{РДА (2020)} = 17\,764\,247 / 17\,872\,497 = 1,04$$

Данный показатель характеризует эффективность рационального использования основного капитала и нематериальных активов. По мере роста уровня данного показателя, соответственно, эффективнее становится использование этих активов. За анализируемый период соответственно получено 1,28 и 1,04 тенге прибыли до налогообложения. В целом эти показатели характеризуют положительную тенденцию [4].

3) Рентабельность собственного капитала (РСК) определяется отношением объема прибыли до налогообложения к стоимости собственного капитала.

$$\text{РСК (2019)} = 14\,773\,534 / 250\,655\,100 = 0,05$$

$$\text{РСК (2020)} = 17\,764\,247 / 519\,726\,646 = 0,03$$

Известно, что рентабельность собственного капитала показывает величину прибыли субъекта бизнеса на единицу стоимости собственного капитала. Данный показатель в 2019 г. составил 0,05, а в 2020 г. – 0,03, то есть снизился на 0,02. Таким образом, рентабельность собственного капитала снизилась. Следовательно, необходимо пересмотреть программу стратегического развития предприятия.

4) Рентабельность продукции (РП) = прибыль до налогообложения / себестоимость реализованных товаров и услуг.

$$\text{РП (2019)} = 14\,773\,534 / 746\,852\,943 = 0,01$$

$$\text{РП (2020)} = 17\,764\,247 / 808\,754\,331 = 0,02$$

На практике рентабельность продукции показывает, сколько единиц прибыли получит компания с единицы затрат на выпуск продукции. По данному показателю следует отметить, что за исследуемый период рентабельность продукции хоть и имеет тенденцию к увеличению, однако все еще остается низкой. Это связано с повышением себестоимости продукции.

Для оценки платежеспособности предприятия используют три относительных показателя ликвидности (таблица 2).

Таблица 2 – Показатели ликвидности ТОО «Import Oils»

№	Показатели	Нормативы	Годы		Отклонение, +; -
			2019	2020	
1	Коэффициент текущей ликвидности	>2	1,51	2,24	0,73
2	Коэффициент быстрой ликвидности	0,7 – 1,0	0,37	0,82	0,45
3	Коэффициент абсолютной ликвидности	0,2 – 0,5	0,03	0,53	0,50

Примечание – Составлено автором по отчетным данным предприятия [5].

Как известно, проблемы повышения экономической эффективности предприятия во многом связаны с показателями финансовой устойчивости субъекта бизнеса. Они показывают способность субъекта погашать долгосрочные задолженности. В таблице 6 приведены основные показатели финансовой устойчивости предприятия.

1) Коэффициент автономии (КА) = собственный капитал / активы.

$$\text{КА (2019)} = 250\,655\,100 / 712\,226\,210 = 0,35$$

$$\text{КА (2020)} = 519\,726\,646 / 924\,280\,731 = 0,56$$

Коэффициент автономии определяется соотношением заемных и собственных средств в структуре капитала. Данный коэффициент показывает степень автономии от внешнего капитала, а также долю собственников предприятия в общем количестве средств, вложенных в него. Следовательно, чем выше этот коэффициент, тем компания более финансово устойчива и не зависит от внешних кредиторов. Данный показатель в 2019 г. ниже нормативного уровня. Однако в 2020 г. наблюдается положительная тенденция, то есть показатель достиг уровня финансовой независимости.

Таблица 3 – Показатели финансовой устойчивости ТОО «Import Oils»

№	Показатели	Нормативы	Значение коэффициентов		Отклонение, +; -
			2019	2020	
1	Коэффициент автономии (финансовой независимости)	0,5 – 0,6	0,35	0,56	0,21
2	Коэффициент финансовой зависимости	0,4 – 0,5	0,64	0,43	-0,21
3	Коэффициент финансовой устойчивости	0,8 – 0,9	0,35	0,56	0,21
4	Коэффициент обеспеченности краткосрочных активов собственными оборотными средствами	>1	0,34	0,55	0,21
5	Коэффициент маневренности собственных средств	>0,5	0,95	0,96	0,01

Примечание – Составлено автором по отчетным данным предприятия [5].

2) Коэффициент финансовой зависимости (КФЗ) = обязательства / активы.

$$\text{КФЗ (2019)} = 461\,571\,110 / 712\,226\,210 = 0,64$$

$$\text{КФЗ (2020)} = 404\,554\,085 / 924\,280\,731 = 0,43$$

Коэффициент финансовой зависимости – обратный показатель финансовой независимости, показывает, зависит компания от внешних источников или нет. Если значение данного коэффициента снижается до единицы – предприятие полностью себя финансирует. Мы видим, что у компании была зависимость от кредиторов в 2019 г., а в 2020 г. она уже не зависит от кредиторов, ведь коэффициент снизился на 0,21.

3) Коэффициент финансовой устойчивости (КФУ) = (долгосрочные обязательства + капитал) / активы

$$\text{КФУ (2019)} = 250\,655\,100 / 712\,226\,210 = 0,35$$

$$\text{КФУ (2020)} = 519\,726\,646 / 924\,280\,731 = 0,56$$

Коэффициент финансовой устойчивости отражает долю устойчивых финансовых источников компании. Данный показатель характеризует платежеспособность компании в долгосрочной перспективе. У компании данный показатель все еще остается низким, хоть в 2019 и 2020 гг. и повысился на 0,21, но этого еще недостаточно.

4) Обеспеченность (коэффициент) краткосрочных активов собственными оборотными средствами (КОК) определяется разницей между краткосрочными обязательствами и краткосрочным активам.

$$\text{КОК (2019)} = (699\,724\,179 - 461\,571\,110) / 699\,724\,179 = 0,34$$

$$\text{КОК (2020)} = (906\,408\,234 - 404\,554\,085) / 906\,408\,234 = 0,55$$

За счет данного показателя можно определить удельный вес собственных оборотных средств в общем объеме оборотных средств компании. Мы видим, что в 2019–2020 гг. данный показатель все еще остается низким. Это свидетельствует о неустойчивой деятельности субъекта и низкой доле вероятности погашения своей задолженности.

5) Коэффициент маневренности собственного капитала (КМСК) = (краткосрочные активы – краткосрочные обязательства) / собственный капитал.

$$\text{КМСК (2019)} = (699\,724\,179 - 461\,571\,110) / 250\,655\,100 = 0,95$$

$$\text{КМСК (2020)} = (906\,408\,234 - 404\,554\,085) / 519\,726\,646 = 0,96$$

Коэффициент маневренности собственного капитала предприятия определяется для того, чтобы определить объем собственного капитала, используемый для текущей деятельности, а также то, какая часть его необходима для формирования внеоборотных активов. У компании этот показатель в 2019 и 2020 гг. имеет положительную тенденцию. Расчеты показывают, что из общей суммы собственного капитала в 2019 г. 95% направлено на формирование оборотных средств, а в 2020 г., соответственно, 96%.

Важнейшим показателем экономической эффективности предприятия является его конкурентоспособность в отраслевом рынке [3]. Для этих целей мы провели сравнительный анализ компании ТОО «Import Oils» с аналогичной компанией. Для этого мы взяли казахстанскую компанию ТОО «HILL Corporation». Основная деятельность этой компании также производство смазочных материалов на территории Республики Казахстан, и она является первым высокотехнологичным заводом. Для оценки деятельности и конкурентоспособности ТОО «Import Oils» и ТОО «HILL Corporation» мы изучили показатели дохода от реализации продукции и затраты на ее производство (таблица 4).

Таблица 4 – Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности ТОО «Import Oils» и ТОО «HILL Corporation», тыс. тенге.

№	Компания	Годы	Доход от реализации продукции	Затраты
1	ТОО «Import Oils»	2019	800 454, 2	746 852, 9
		2020	830 158, 6	808 754, 3
2	«HILL Corporation»	2019	8 524 226, 0	6 478 740, 0
		2020	10 218 768, 6	5 709 532, 6
Примечание – Составлено автором по отчетным данным предприятия [5, 14].				

Для определения коэффициента стратегического позиционирования нами были определены показатели (индекс) изменения объемов дохода от реализации продукции исследуемых компаний ТОО «Import Oils» и ТОО «HILL Corporation».

Для оценки конкурентоспособности двух предприятий мы определили операционную эффективность каждой из компаний, а также их показатели стратегического позиционирования [4].

Операционная эффективность, как известно, предполагает выполнение субъектом аналогичных видов деятельности лучше, чем это делает его конкурент.

В свою очередь, стратегическое позиционирование субъектов бизнеса показывает инновационную деятельность предприятия в процессе создания новой продукции.

На основе данных таблицы 3 проведем расчеты за 2020 г.

Операционная эффективность ТОО «Import Oils» (t)

$$t = V/Z = 830\,158\,592 / 808\,754\,331 = 1,02 \quad (1)$$

по второй компании (T):

$$T = V^s/Z^s = 10\,218\,768\,600 / 5\,709\,532\,560 = 1,78 \quad (2)$$

Коэффициент операционной эффективности (K_t) составит:

$$K_t = t / T = 1,02 / 1,78 = 0,57 \quad (3)$$

Показатель ТОО «Import Oils» (L):

$$L = V / V^0 = 830\,158\,592 / 800\,454\,199 = 1,03 \quad (4)$$

по конкуренту (L^s):

$$L^s = V / V^s = 10\,218\,768\,600 / 8\,524\,226\,000 = 1,19 \quad (5)$$

Коэффициент стратегического позиционирования (K_1) равен:

$$K_1 = \frac{L}{L^s} = \frac{1,03}{1,19} = 0,86 \quad (6)$$

Затем рассчитаем коэффициент конкурентоспособности (К) исследуемой компании:

$$K = K_t * K_1 = 0,57 * 0,86 = 0,49$$

Полученные расчетные данные, а также параметры таблицы 4 сведем в таблицу 5.

Таблица 5 – Оценка конкурентоспособности ТОО «Import Oils»

№	Показатель	Годы	
		2019	2020
1	K_t (Коэффициент операционной эффективности)	1	0,57
2	K_1 (Коэффициент стратегического позиционирования)	0,86	0,86
3	К (коэффициент конкурентоспособности)	0,86	0,49
Примечание – Составлено автором по отчетным данным компании [14].			

Данные таблицы показывает, что конкурентоспособность ТОО «Import Oils» по отношению к ТОО «HILL Corporation» в 2019 г. составила 0,86. Но в 2020 г. данный показатель упал до 0,49. Эта ситуация означает, что конкурентоспособность данного предприятия снизилась. Причиной понижения конкурентоспособности послужило увеличение издержек производства ТОО «Import Oils» в 2020 г., в то же время в ТОО «HILL Corporation» в 2020 г. процент на производство продукции снизился по сравнению с 2019 г. Здесь хотелось бы отметить: если коэффициент становится выше, то конкурентоспособность предприятия увеличивается. Если данный коэффициент равен 1, то конкурентоспособность компаний идентична.

Обсуждение

Особую роль в определении конкурентоспособности предприятия играет анализ сравнительных показателей аналогичных предприятий (таблица 6).

Таблица 6 – Результативные показатели ТОО «Import Oils» и ТОО «HILL Corporation» за 2019–2020 гг.

№	Показатели	ТОО «Import Oils»		ТОО «HILL Corporation»	
		годы		годы	
		2019	2020	2019	2020
1	Рентабельность продукции, %	1,6	1,8	11,1	33,8
2	Рентабельность продаж, %	1,5	1,7	8,5	18,9
3	Фондоотдача, тг	79,8	58,1	2,71	2,93
4	Фондоёмкость, тг	0,01	0,02	0,3	0,34
5	Среднемесячная заработная плата, тг	168 760	173 748	173 348	309 659
Примечание – Составлено автором по отчетным данным компании [5, 14].					

Как видим из данных таблицы 5, в ТОО «Import Oils» по сравнению с ТОО «HILL Corporation» значительно ниже показатели рентабельности продукции и продаж. Наряду с этим ниже уровень среднемесячной заработной платы работников. Однако показатели фондоотдачи исследуемого предприятия по сравнению с конкурентом в несколько десятков раз больше и, соответственно, фондоёмкость значительно ниже. Эти показатели не означают, что конкурентоспособность ТОО «Import Oils» выше по сравнению с аналогичным субъектом бизнеса. В целом увеличение объемов производимой продукции и ее ассортимента ТОО «Import Oils», как уже говорилось выше, особое внимание уделяет укреплению материально-технической базы. Например, в 2020 г. по сравнению с 2019 г. среднегодовая стоимость основных фондов увеличилась на 42,3%.

Чтобы определить конкурентоспособность компании и ее конкурентных преимуществ, нами был использован SWOT-анализ (таблица 7, стр. 149).

Таблица 7 – SWOT-анализ ТОО «Import Oils»

Сильные стороны	Слабые стороны
Высокое качество продукции Наличие интернет-магазина Большой ассортимент товаров по автомобильным маслам Наличие пунктов замены масел и жидкостей Проводит акции и скидки каждый сезон Является дистрибьютором	1. Работают только в одной стране 2. Слабый маркетинг
Возможности	Угрозы
Охват большей площади сбыта продукции Расширение продаваемого товара, продажа новых видов продуктов Внедрять систему лояльности к постоянным клиентам	Повышенная конкуренция в рабочем сегменте рынка Появление на рынке конкурентов, продающих аналогичную продукцию по цене ниже нашего предприятия Увеличение на внутреннем рынке доли зарубежных компаний
Примечание – Составлено автором.	

Результаты SWOT-анализ показывают, что у компании сильных сторон больше, чем слабых. У субъекта имеются предпосылки для дальнейшего развития и расширения ассортимента продукции и видов оказываемых услуг со стороны производителей автомобилей таких известных марок, как BMW, Volkswagen, VOLVO и других: MAN, DAIMLER, ELECTROMOTIVE. В рамках механизма обеспечения качества продукции важную роль играет обеспечение субъекта бизнеса соответствующими стандартами для смазочных материалов, а также соответствующими нормативными документами [15]. Вопросы системы повышения качества продукции должны быть не эпизодическими, а регулярными исходя из особенности субъекта бизнеса. За счет постоянного мониторинга качества продукции можно своевременно и оперативно принимать конкретные решения, а также выработать и реализовать корректирующие меры в системе контроля за качеством продукции.

Заключение

Таким образом, уровень конкурентоспособности ТОО «Import Oils» все еще остается низким и подвергается колебаниям внешних и внутренних факторов производства. В связи с этим предприятию следовало бы разработать комплекс мер по повышению конкурентоспособности субъекта.

Анализируя вышеизложенные соображения, можно констатировать, что специфика этих времен заключается как в конкуренции предприятий, так и в среде, в которой они работают. Конкурентоспособная компания должна характеризоваться внутренними возможностями и гибкостью для адаптации к изменяющимся условиям работы и получения конкретных выгод от этого процесса. Современная концепция создания конкурентного преимущества подчеркивает особую необходимость умелого использования приобретенных знаний и ресурсов

Компании, чтобы выжить и остаться в бизнесе, должны уметь прогнозировать и точно оценивать свою ситуацию. Они должны действовать эффективно и обладать способностью развиваться в постоянно меняющейся среде, а также постоянно принимать решения о структурных изменениях. Это фактические факторы, определяющие не только выживание компании и восстановление баланса в изменчивой среде, но и формирование ее динамичных планов для обеспечения ее бесперебойного и эффективного функционирования, получения конкурентных преимуществ и дальнейшего развития.

Конкурентное преимущество может быть определено с точки зрения предприятия или с точки зрения клиентов. Конкурентным преимуществом компании является ее уникальное положение в секторе по отношению к конкурентам, позволяющее достигать прибыли выше среднего и быть впереди конкурентов. Конкурентное преимущество компании зависит от ценности, которую компания способна создать для своих клиентов

Таким образом, можно отслеживать уровень конкурентоспособности предприятий, опираясь на основные методы управления: финансовые, экономические, показатели конкурентоспособности предприятия. Эти показатели дают возможность контролировать устойчивость и конкурентоспособность предприятия. Отметим, что для всесторонне объективной оценки конкурентоспособности предприятий необходимо использовать комплекс всех групп показателей, именно в этом случае предприятие сможет удерживать конкурентные позиции под контролем, определять стратегию и тактику своего поведения на рынке экономически обоснованно [23, с. 105].

Организационно-экономический механизм обеспечения устойчивости предприятия – это совокупность методов и способов, определяющих устойчивое положение предприятия на рынке. Основными элементами такого механизма можно назвать управление качеством, спрос и предложение, маркетинговые исследования, оценку конкурентоспособности предприятия. Применяя на практике вышеперечисленные элементы организационно-экономического механизма, можно не только добиться успеха в стабильной устойчивости предприятия, но и разработать план повышения его конкурентоспособности.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Пер. с англ. – 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 453 с.
- 2 Турманидзе Т.У. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник. – Алматы: изд. ЛЕМ, 2011. – 479 с.
- 3 Федоров А.Ю. Экономика отраслевых рынков [Электронный ресурс]: учебное пособие. СПб: Университет ИТМО, 2016. – 89 с.
- 4 Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции. Учебник. – М.: Маркет ДС, 2006. – 712 с.
- 5 Бухгалтерский баланс ТОО «Import Oils» 2019–2020.
- 6 Васильев А.А. Анализ конкурентоспособности предприятия // Теория и практика современной экономики. – 2020. – С. 172–175.
- 7 Shaulska L. et al. Strategic enterprise competitiveness management under global challenges // Academy of Strategic Management Journal. 2021. Vol. 20. No. 4. P. 1–7.
- 8 Kuzminski L. et al. Analysis of factors influencing the competitiveness of manufacturing companies. – 2020.
- 9 Родионов Д.Г., Конников Е.А., Мугутдинов Р.М. Системный анализ конкурентоспособности цифрового предприятия в рамках информационной среды // Экономические науки. – 2020. – № 193. – С. 394–401.
- 10 Хайдарова М.Е., Лысова Т.А. Анализ конкурентоспособности предприятия и пути его повышения // Актуальные вопросы учета и анализа в инновационной экономике. – 2020. – С. 180–183.
- 11 Бойко М.А., Ковалева Ю.А., Хованский Д.А. Применение инструментов финансового анализа при оценке конкурентоспособности предприятия // Научные исследования. – 2021. – С. 13–16.
- 12 Шемонаева О.И. Повышение конкурентоспособности предприятия. – 2020.
- 13 Petrenko V., Karnausenko A. Assessment competitiveness of innovative enterprises with foreign investments. – 2020.
- 14 Отчетные данные ТОО «HILL Corporation» за 2019–2020 гг.
- 15 Ашимова Ж.Р. и др. Анализ влияния инноваций на экономику Казахстана // ББК 1 А28. – 2021. – С. 204.
- 16 Философова Т., Быков В. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность. Liters. 2022.

REFERENCES

- 1 Porter M. (2007) Konkurentnaja strategija: metodika analiza otraslej i konkurentov / Per. s angl. – 3-e izd. M.: Al'pina Biznes Buks, 453 p. (In Russian).
- 2 Turmanidze T.U. (2011). Analiz i diagnostika finansovo-hozjajstvennoj dejatel'nosti predprijatija: uchebnik. Almaty: izd. LEM, 479 p. (In Russian).

- 3 Fedorov A.Ju. (2016) Jekonomika otraslevyih rynkov [Jelektronnyj resurs]: uchebnoe posobie. SPB: Universitet ITMO, 89 p. (In Russian).
- 4 Rubin Ju.B. (2006) Teorija i praktika predprinimatel'skoj konkurencii. Uchebnik. M.: Market DS, 712 p. (In Russian).
- 5 Buhgalterskij balans TOO «Import Oils» 2019–2020. (In Russian).
- 6 Vasil'ev A.A. (2020) Analiz konkurentosposobnosti predpriyatija // Teorija i praktika sovremennoj jekonomiki. P. 172–175. (In Russian).
- 7 Shaulska L. et al. (2021) Strategic enterprise competitiveness management under global challenges // Academy of Strategic Management Journal. Vol. 20. No. 4. P. 1–7. (In English).
- 8 Kuzminski L. et al. Analysis of factors influencing the competitiveness of manufacturing companies. 2020. (In English).
- 9 Rodionov D.G., Konnikov E.A., Mugutdinov R.M. (2020) Sistemnyj analiz konkurentosposobnosti cifrovogo predpriyatija v ramkah informacionnoj sredy // Jekonomicheskie nauki. No. 193. P. 394–401. (In Russian).
- 10 Hajdarova M.E., Lysova T.A. (2020) Analiz konkurentosposobnosti predpriyatija i puti ego povyshenija // Aktual'nye voprosy ucheta i analiza v innovacionnoj jekonomike. P. 180–183. (In Russian).
- 11 Bojko M.A., Kovaleva Ju.A., Hovanskij D.A. (2021) Primenenie instrumentov finansovogo analiza pri ocenke konkurentosposobnosti predpriyatija // Nauchnye issledovanija. P. 13–16. (In Russian).
- 12 Shemonaeva O.I. Povyshenie konkurentosposobnosti predpriyatija. 2020. (In Russian).
- 13 Petrenko V., Karnaushenko A. (2020) Assessment competitiveness of innovative enterprises with foreign investments. (In English).
- 14 Otchetnye dannye TOO «HILL Corporation» za 2019–2020 gg. (In Russian).
- 15 Ashimova Zh.R. i dr. (2021) Analiz vlijanija innovacii na jekonomiku Kazahstana // BKB 1 A28. P. 204. (In Russian).
- 16 Filosofova T., Bykov V. (2022) Konkurencija. Innovacii. Konkurentosposobnost'. Liters. (In Russian).

Г.Б. КЕНЖЕБАЕВА,*¹

экономика магистрі.

*e-mail: gulnara_bulegenovna@mail.ru

¹Еуразиялық технологиялық университеті,

Алматы қ., Қазақстан

КӘСІПОРЫННЫҢ ҚЫЗМЕТІ МЕН БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН ЭКОНОМИКАЛЫҚ БАҒАЛАУ

Андатпа

Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі оның өнімінің сапасына тікелей байланысты. Сондықтан сәйкес ассортименттегі өнімдерді дайындау процесінде бүкіл өндірістік-технологиялық тізбекті, яғни шикізатты қабылдау сәтінен бастап дайын өнімді шығару сатыларына дейін оңтайлы орнату қажет. Мақаланың мақсаты «Import Oils» ЖШС мысалында бәсекеге қабілеттіліктің негізгі экономикалық көрсеткіштерін талдау. Зерттеу пәні кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін арттыру процесіндегі ұйымдық-экономикалық қатынастар болып табылады. Зерттеу пәні кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін арттыру процесінде ұйымдастырушылық-экономикалық қатынастар болып табылады. Зерттеу барысында кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың сараланған көрсеткіштерінің әдістері колданылды: өтімділік көрсеткіштері, қаржылық тұрақтылық көрсеткіштері, кәсіпорынның кірістілік көрсеткіштері. Бұл аспектіде өнімнің өзіндік құнын қалыптастыру процесі ерекше рөл атқарады, өйткені ол бизнес субъектісінің баға белгілеу негізін құрайды. Демек, компания өз өнімдерін сататын салаларда кемсітушілік баға белгілеуді қажет етеді. Тұтастай алғанда, кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін арттырумен, сатылатын өнімнің сапасын арттырумен және оның ассортиментін кеңейтумен қатар, тауарларды нарыққа жылжыту бойынша мақсатты жұмыс жүргізілуде. Бұл аспектіде компанияның өнімдерін өткізу арналарын жетілдіру мәселелеріне ерекше көңіл бөлінуге тиіс. Сонымен бірге, шаруашылық жүргізуші субъектілердің бәсекеге қабілеттілігі өнімдер мен қызметтердің жекелеген түрлерінің салалық нарықтарының теңгерімді дамуын қалыптастыруға мүмкіндік береді.

Тірек сөздер: бәсекеге қабілеттілік, табыстылық, қаржылық талдау, компания, кәсіпорын, пайда, өтімділік.

G.B. KENZHEBAEVA,*¹

master of economics.

*e-mail: gulnara_bulegenovna@mail.ru

¹Eurasian Technological University,
Almaty, Kazakhstan

ECONOMIC ASSESSMENT OF THE ENTERPRISE PERFORMANCE AND COMPETITIVENESS

Abstract

The competitiveness of an enterprise is directly related to the quality of its products. Therefore, in the process of production of the relevant assortment of products, it is necessary to optimally adjust the entire production and technological chain, i.e. from the moment of receipt of raw materials to the stage of finished product output. The purpose of the article is to analyze the main economic indicators of competitiveness on the example of “Import Oils” LLP. The subject of the research are organizational and economic relations in the process of increasing the competitiveness of the enterprise. In the process of research, we used methods of differentiated indicators of competitiveness evaluation of enterprise efficiency: liquidity indicators, indicators of financial stability, indicators of enterprise profitability. In this aspect, a special role is played by the process of forming the cost of production, as it forms the basis of pricing of the business entity. Consequently, the enterprise needs discriminatory pricing in those industries where the firm sells its products. In general, along with increasing the competitiveness of the enterprise, improving the quality of products sold and expanding its range, targeted work on the promotion of goods on the market. In this aspect, a special role should be given to issues of improvement of sales channels of the company's products. At the same time competitiveness of economic subjects will allow to form the balanced development of branch markets of separate kinds of production and services.

Key words: competitiveness, profitability, financial analysis, company, enterprise, profit, liquidity.