

---

# ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

---

УДК 338

JEL Q12

DOI 10.26425/1816-4277-2025-11-100-108

## Оценка конкурентоспособности предприятий агропромышленного комплекса: традиционные и детализированные методы в конкурентной среде

Знаменников Дмитрий Петрович<sup>1</sup>

Лаборант

ORCID: 0009-0006-6051-5817, e-mail: znamenников.dima@yandex.ru

Крюкова Ирина Владимировна<sup>2</sup>

Канд. экон. наук, доц. каф. экономики и управления в агропромышленном комплексе

ORCID: 0000-0002-7365-9768, e-mail: iri917717@yandex.ru

<sup>1</sup>Вологодский научный центр Российской академии наук, г. Вологда, Россия

<sup>2</sup>Вологодская государственная молочнохозяйственная академия имени Н.В. Верещагина, г. Вологда, Россия

### Аннотация

Рассмотрены ключевые аспекты повышения конкурентоспособности агропромышленного комплекса на основе различных теоретических подходов и методов анализа. Особое внимание уделено преимуществам, которые могут быть достигнуты предприятиями по сравнению с конкурентами. Исследование опирается на теорию равновесия А. Маршала, подчеркивая важность баланса между спросом и предложением в аграрном секторе. Акцентировано внимание на качестве выпускаемой продукции как основополагающем факторе, влияющем на конкурентоспособность. Применены матричный, структурный и функциональный подходы для комплексного анализа конкурентных позиций предприятий. Матричный подход позволяет визуализировать и оценить различные аспекты конкурентоспособности, в то время как структурный подход помогает выявить внутренние и внешние факторы, влияющие на эффективность работы агропромышленного комплекса. Функциональный подход акцентирует внимание на ключевых процессах и функциях, необходимых для достижения устойчивого развития и повышения конкурентоспособности. Настоящее исследование предлагает системный анализ и практические рекомендации для повышения конкурентоспособности предприятий агропромышленного комплекса, что является актуальной задачей в условиях современного рынка. Результаты исследования могут быть полезны как для ученых, так и для практиков, стремящихся улучшить позиции своих организаций в условиях растущей конкуренции.

### Ключевые слова

Конкурентоспособность, конкуренция, качество продукции, анализ, эффективность, конкурентные преимущества, матричный подход, структурный подход, функциональный подход

**Для цитирования:** Знаменников Д.П., Крюкова И.В. Оценка конкурентоспособности предприятий агропромышленного комплекса: традиционные и детализированные методы в конкурентной среде//Вестник университета. 2025. № 11. С. 100-108.



## Assessing competitiveness in agro-industrial enterprises: traditional and detailed methods in a competitive environment

Dmitrij P. Znamenschikov<sup>1</sup>

Laboratory Assistant

ORCID: 0009-0006-6051-5817, e-mail: znamenikhov.dima@yandex.ru

Irina V. Kryukova<sup>2</sup>

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the Economics and Management in the Agro-Industrial Complex

ORCID: 0000-0002-7365-9768, e-mail: iri917717@yandex.ru

<sup>1</sup>Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences, Vologda, Russia

<sup>2</sup>Vologda State Dairy Farming Academy named after N.V. Vereshchagin, Vologda, Russia

### Abstract

Key aspects of increasing competitiveness in the agro-industrial complex based on various theoretical approaches and analysis methods have been studied. Particular attention has been paid to the advantages that enterprises can achieve compared to competitors. The study is based on A. Marshall's equilibrium theory, emphasizing the importance of balance between supply and demand in the agricultural sector. Attention has also been focused on manufactured products quality as a fundamental factor influencing competitiveness. The study uses matrix, structural, and functional approaches for a comprehensive analysis of enterprises' competitive positions. The matrix approach allows to visualize and evaluate various aspects of competitiveness, while the structural approach helps identify internal and external factors influencing the agro-industrial complex efficiency. The functional approach focuses on the key processes and functions necessary to achieve sustainable development and increase competitiveness. The study offers a system analysis and practical recommendations for increasing competitiveness in agro-industrial enterprises, which is a pressing task in the conditions of the modern market. The study results can be useful for both scientists and practitioners seeking to improve the positions of their organizations in the conditions of growing competition.

### Keywords

Competitiveness, competition, product quality, analysis, efficiency, competitive advantages, matrix approach, structural approach, functional approach

**For citation:** Znamenschikov D.P., Kryukova I.V. (2025) Assessing competitiveness in agro-industrial enterprises: traditional and detailed methods in a competitive environment. *Vestnik universiteta*, no. 11, pp. 100-108.



## ВВЕДЕНИЕ

В последние десятилетия, в условиях современного рынка, множество предприятий основывают свою стратегию на конкурентной борьбе. Зарубежные ученые, представляющие различные направления экономических наук, ведут активное изучение природы конкуренции и улучшение конкурентоспособности предприятий различных специализаций. Оценка состояния предприятия и грамотное планирование долгосрочных стратегий развития в условиях жесткой конкуренции позволяют оперативно реагировать на изменение рыночной ситуации.

Аграрный сектор имеет довольно высокую эффективность, в связи с чем является основополагающим фактором как материального, так и социального благополучия региона. Поддержание этого уровня эффективности способствует устойчивому развитию регионов и страны в целом. Из-за подобного влияния государство концентрирует приоритеты на сельском хозяйстве. Постоянное изменение современного рынка формирует для агропромышленного комплекса новые задачи. Повышение конкурентоспособности регионального агропромышленного комплекса и совершенствование системы регулирования этого процесса являются решением этих задач.

Конкурентоспособность выступает основной характеристикой предприятия для анализа и оценки его деятельности и улучшения его положения на рынке. Важную роль в обеспечении жизнеспособности и развития организации в условиях высокой конкуренции занимает повышение эффективности деятельности сельскохозяйственного предприятия.

Методы, которые используются для оценки конкурентоспособности, делятся на количественные и качественные, что позволяет определять слабые и сильные стороны в выбранной стратегии развития. Из этого следует, что актуальность темы исследования заключается в постоянной необходимости повышения конкурентоспособности предприятий агропромышленного комплекса в условиях постоянно меняющегося состояния рынка.

В статье проведен комплексный анализ методов оценки конкурентоспособности агропромышленного комплекса. Для анализа и оценки использованы различные теоретические подходы, такие как матричный, структурный, функциональный подходы и теория равновесия А. Маршала. Основными целями настоящего исследования выступают выявление ключевых факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, определение метода оценки организации с наиболее комплексным и полным учетом всех значимых аспектов его деятельности, а также предложение более полного и комплексного метода для анализа и оценки конкурентоспособности предприятий.

## ОБЗОР ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Основным элементом развития и расширения предприятия и удержания позиции относительно предприятий при колебаниях рынка выступает «конкурентоспособность», которая основывается на понятии конкуренции. Понятие конкуренции охватывает совокупность действий, формирующих соперничество и взаимодействие между компаниями на рынке, направленных на достижение более благоприятных условий для ведения бизнеса и удовлетворения потребности потребителей.

Предмет конкуренции – товар, который представляет собой продукт, предлагаемый на рынке для удовлетворения потребностей потребителей. Объект конкуренции – потребитель, то есть конечный пользователь товаров и услуг. Конкуренция и рыночная борьба являются главными аспектами функционирования экономической системы, базирующейся на рыночных механизмах взаимодействия предприятий на рынке.

Цель стратегии предприятия заключается в достижении наибольших преимуществ в конкуренции, опираясь на:

- уникальные конкурентные преимущества;
- глубокое понимание потребности клиентов;
- эффективное использование ресурсов;
- инновации и адаптации к изменениям.

Изучение конкурентов позволяет выявить сильные и слабые стороны, на основе которых можно определить будущие стратегии развития как конкурента, так и собственного предприятия, что дает конкурентные преимущества. Конкурентное преимущество – это сумма уникальных характеристик или

ресурсов компании, которые позволяют ей выделяться на фоне конкурентов и обеспечивать более высокую эффективность, прибыльность и привлекательность для потребителей [1]. На основе конкурентных преимуществ строится конкурентоспособность субъекта, также регулярная работа над повышением конкурентоспособности является определяющей стратегической задачей для развития всех предприятий.

Понятие конкурентоспособности имеет различные интерпретации в зависимости от того, к какому экономическому объекту оно применяется. Характеристика, оценочные критерии и показатели, а также факторы динамики конкурентоспособности на уровне предприятия, отрасли, отдельного региона и национального хозяйства в целом имеют свою специфику.

Рассмотрим понятия конкурентоспособности, которые предложили отечественные и зарубежные авторы в своих трудах (табл. 1).

Таблица 1

#### Определения понятия конкурентоспособности

Определение конкурентоспособности предприятия	Автор
Выраженная компетентность заключается в том, что фирма делает что-то лучше, чем ее конкуренты, то есть сохраняет конкурентоспособность, позволяющую фирме привлекать и сохранять потребителей	М. Мескон, Ф. Альберт
Интегральная конкурентоспособность предприятия – это его способность занимать определенную долю рынка продукции и способность увеличить/ уменьшить данную долю	И.У. Зулькарнаев, А.Р. Ильясова
Конкурентоспособность – это свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там субъектами рыночных отношений	М. Портер
Конкурентоспособность – это обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического существования	М. Гельванский
Конкурентоспособность – это не постоянная категория, действующая весь период существования предприятия на рынке, а испытывающая на себе постоянное влияние внешней среды, то есть изменения потребительских предпочтений, действий конкурентов, партнеров по бизнесу, а также многочисленных факторов макросреды	Н.З. Сафиуллин

Составлено авторами по материалам источников [2–6]

## ПОНЯТИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Рассмотрим конкурентоспособность на различных уровнях.

Конкурентоспособность национальной экономики представляет собой способность страны эффективно использовать свои ресурсы для производства товаров и услуг, которые могут успешно конкурировать на международных рынках, обеспечивая при этом высокий уровень жизни населения и устойчивое экономическое развитие. Это понятие охватывает такие аспекты, как производительность труда, инновационный потенциал, стабильность и качество инфраструктуры, уровень образования и квалификации рабочей силы, стабильность институциональной среды и макроэкономической политики. Конкурентоспособность национальной экономики также включает способность адаптироваться к изменениям в глобальной экономике, привлекать инвестиции и развивать экспортный потенциал, что в конечном итоге способствует повышению благосостояния граждан и укреплению позиций страны на мировой арене [7].

Конкурентоспособность отрасли – это способность группы предприятий, действующих в рамках одной отрасли, эффективно конкурировать на рынке, обеспечивая производство товаров и услуг, которые удовлетворяют потребительские требования по качеству, цене и инновационности. Это понятие включает наличие конкурентных преимуществ, таких как доступ к ресурсам, технологии, уровень квалификации рабочей силы, организационные структуры и маркетинговые стратегии, которые позволяют предприятиям в данной отрасли успешно противостоять внешним конкурентам и адаптироваться к изменениям рыночной среды. Конкурентоспособность отрасли также определяется ее способностью к устойчивому развитию и инновациям, что способствует повышению ее доли на рынке и улучшению показателей.

Конкурентоспособность предприятия – это способность организации эффективно функционировать и достигать устойчивых преимуществ на рынке, обеспечивая прибыльную деятельность в условиях конкуренции. Это понятие включает такие факторы, как уровень производительности, качество управленческих процессов, инновационный потенциал, способность адаптироваться к изменениям рыночной

среды и удовлетворять потребности потребителей. Конкурентоспособность предприятия определяется его возможностью не только выживать, но и развиваться в условиях динамичного рынка, а также обеспечивать высокую степень удовлетворенности клиентов.

Конкурентоспособность продукции – это способность товара или услуги успешно конкурировать с аналогичными предложениями на рынке, что определяется их качественными характеристиками, ценой, инновационностью и соответствием потребительским требованиям. Конкурентоспособность продукции оценивается через сравнение с аналогичными товарами по таким критериям, как функциональность, надежность, дизайн, уровень сервиса и послепродажного обслуживания. Высокая конкурентоспособность продукции способствует увеличению ее рыночной доли и повышению лояльности потребителей [8].

Конкурентоспособность товаров – это способность конкретного товара или услуги успешно конкурировать на рынке, что определяется его качественными характеристиками, ценой, функциональностью и соответствием потребительским ожиданиям. Конкурентоспособность товаров оценивается в сравнении с аналогичными предложениями других производителей и включает такие аспекты, как уровень инноваций, надежность, дизайн, доступность и уровень сервиса. Высокая конкурентоспособность товаров позволяет им занимать значительную долю рынка, удовлетворять потребность потребителей и обеспечивать устойчивый спрос, что способствует финансовой устойчивости и росту предприятия-производителя.

Конкуренция в сельском хозяйстве формируется одновременно по двум направлениям:

- между хозяйствами с различными формами собственности и хозяйствования;
- между всеми товаропроизводителями за наиболее выгодные экономические условия деятельности и финансовые результаты [7].

На основе изученных теоретических выкладок можно заключить, что конкурентоспособность занимает главенствующую роль в развитии и продуктивной деятельности предприятия. По мнению авторов настоящего исследования, сущность понятия конкурентоспособности предприятия наиболее полно отражает следующая интерпретация: способность к достижению установленных задач в условиях сопротивления, возможность успешной экономической производственной деятельности и ее доходной реализации в ситуации конкурентного рынка. Также в ходе исследования выделены составляющие, которые влияют на конкурентоспособность предприятия в целом. Среди них можно отметить производственный потенциал, динамический характер, потенциал развития, эффективность финансово-хозяйственной деятельности, конъюнктуру рынка и др.

## МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

С точки зрения ведущих экономистов, методика оценки конкурентоспособности определяется выбором объекта исследования и уровня, на котором будет проводиться анализ, а также подходом исследователя к трактовке понятия конкурентоспособности (табл. 2).

Таблица 2  
Подходы к оценке конкурентоспособности предприятий

Подход	Сущность подхода
С точки зрения преимуществ по сравнению с конкурентами	Заключается в выявлении и использовании уникальных характеристик и ресурсов, которые позволяют организации выделяться на фоне соперников. Подход акцентирует внимание на создании конкурентных преимуществ, таких как инновации, качество продукции, эффективность производственных процессов и т.д.
На основе теории равновесия А. Маршала	Заключается в анализе взаимодействия спроса и предложения на рынке, что позволяет определить равновесную цену и объем товара
На основе качества выпускаемой продукции	Заключается в том, что высокое качество товаров и услуг становится ключевым фактором конкурентоспособности и успеха на рынке
Матричный подход	Заключается в систематизации и структурировании информации о различных аспектах деятельности компании с целью выявления ее сильных и слабых сторон в сравнении с конкурентами

Окончание табл. 2

Подход	Сущность подхода
Структурный подход	Заключается в анализе организационной структуры, внутренних процессов и ресурсов компании для выявления факторов, влияющих на ее способность успешно конкурировать на рынке
Функциональный подход	Заключается в анализе и оценке отдельных функциональных областей деятельности предприятия, таких как маркетинг, производство, финансы, управление человеческими ресурсами, исследования и разработками. Используемые группы показателей: – показатели, которые характеризуют эффективность производственной и торговой деятельности предприятия; – показатели интенсивности использования основного и оборотного капитала; – показатели финансовой деятельности

*Составлено авторами по материалам источника [9]*

Проанализировав табл. 2, мы можем сделать вывод о том, что функциональный подход к оценке конкурентоспособности предприятия представляет собой наиболее эффективный и целенаправленный метод анализа, поскольку он позволяет глубже понять вклад каждой функциональной области в общую производительность и успех компании. В отличие от других подходов, которые могут сосредоточиться на более широких аспектах, таких как уникальные преимущества или рыночные механизмы, функциональный подход предлагает детализированный анализ ключевых областей, производства, финансов, управление человеческими ресурсами и т.д.

После изучения различной литературы и статей по данной теме можно обобщить методы оценки конкурентоспособности (табл. 3).

Таблица 3  
**Методы оценки конкурентоспособности, разделенные по группам**

Название метода	Суть метода
Матричные методы	Заключается в построении матрицы, в которой бизнес-единицы предприятия, классифицирующиеся относительно доли рынка, располагаются по одной оси координат, а темпы роста рынка – по другой (матрица БКГ, матрица Портера, матрица Маккинзи, матрица «Hofer/Schendel», матрица ADL/LC)
Методы, основанные на процедуре оценивания товара/услуг	Заключается в расчете показателей: – объемы реализации соответствующего вида продукции; – на основе экономического и параметрического индекса
Методы, основанные на теории эффективной конкуренции	Заключается в расчете средневзвешенного значения коэффициента весомости и частного коэффициента эффективности определенной операции
Методы на основе комплексного подхода	Заключается в анализе различных факторов: – внешней среды; – внутренней среды; – конкурентных преимуществ; – финансовых показателей; – клиентской базы; – уровня инноваций и стратегий роста

*Составлено авторами по материалам источников [3; 9–11]*

Далее рассмотрим более подробно методики для этих методов анализа.

Первая группа отличается тем, что для построения матрицы используются два показателя: относительная доля рынка (отношение предприятия к лидеру среди конкурентов в данной отрасли рынка) и темп роста соответствующего рынка (изменение объема продаж между двумя периодами).

Во вторую группу собраны показатели, используемые для оценки, рассчитываются по следующим формулам:

– объемы реализации соответствующего вида продукции (1):

$$K = \sum a_i \cdot k_i, \quad (1)$$

где  $K$  – конкурентоспособность исследуемого предприятия,  $a_i$  – коэффициент весомости  $i$ -й операции (определяется экспертным методом),  $k_i$  – частный коэффициент эффективности  $i$ -й операции;

– на основе экономического и параметрического индекса (2, 3, 4, 5):

$$K_i = \frac{\Pi}{\Theta}, \quad (2)$$

$$\Pi = \sum b_i \cdot p_i, \quad (3)$$

$$p_i = \frac{g_a}{g_s}, \quad (4)$$

$$\Theta = \frac{Z_a}{Z_s}, \quad (5)$$

где  $K_i$  – конкурентоспособность  $i$ -го вида продукции,  $\Pi$  – параметрический индекс,  $\Theta$  – экономический индекс,  $b_i$  – весовой коэффициент  $i$ -го параметра,  $p_i$  – частный параметрический индекс  $i$ -го параметра продукции,  $g_a$  – фактическое значение оцениваемого параметра,  $g_s$  – эталонное значение оцениваемого параметра,  $Z_a$  – совокупные затраты потребления анализируемой продукции,  $Z_s$  – эталонные затраты потребления.

Особенность третьей группы заключается в том, что система критериев, которые оценивают эксперты, подбирается индивидуально для каждого предприятия в зависимости от того, какую отрасль производства занимает предприятие. Для расчета применяются следующие формулы:

– частные коэффициенты эффективности по каждой операции/службе (6):

$$K_i = \frac{I_a}{I_s}, \quad (6)$$

где  $K_i$  – частный коэффициент эффективности по  $i$ -й операции,  $I_a$  – значение  $i$ -го показателя исследуемого предприятия,  $I_s$  – эталонное значение  $i$ -го показателя. Далее полученные частные коэффициенты обрабатываются разными математическими методами, наиболее распространенным способом можно считать определение средневзвешенного значения на основе частных коэффициентов [12].

Методика четвертой группы основана на комплексном подходе к анализу различных факторов, влияющих на положение компании на рынке. Он включает:

1) анализ внешней среды:

– SWOT-анализ – определение сильных сторон (факторов, которые дают конкурентные преимущества компании) и слабых (выявление недостатков, которые ограничивают успех компании), также установление возможностей для развития и расширения деятельности предприятия и угроз, которые негативно влияют на бизнес деятельность;

– PEST-анализ – оценка влияния государственной политики и законодательства на бизнес, анализ макроэкономических условий и изучение потребительских предпочтений;

2) оценка внутренней среды – анализ финансовых, человеческих и материальных ресурсов, производственных процессов, логистики и управлеченческих качеств;

3) оценка конкурентных преимуществ – определение конкурентных качеств, дающих преимущество перед конкурентами, и сравнение ключевых показателей с основными конкурентами для понимания того, какие показатели уступают конкурентам на рынке;

4) финансовые показатели – оценка рентабельности, ликвидности и оборачиваемости фондов, сравнение этих показателей с отраслевыми стандартами или лучшими показателями в отрасли;

5) клиентская база – изучение предпочтений клиентов и их удовлетворенности продукцией/услугами (методом опросов и фокус-группы);

6) уровень инноваций и стратегий развития – анализ новой продукции, технологий производства и инновационных процессов, определение направлений роста или адаптации к изменяющимся условиям рынка [13].

Для расчета уровня конкурентоспособности предприятия применяется интегральный показатель в зависимости от используемого метода.

Изучив особенности и сущности методов, рассматриваемых в статье, мы можем выявить плюсы и минусы этих методов и более полный метод анализа. К плюсам матричного метода можно отнести высокую адекватность оценки организации, к минусам – сложность выявления и анализа причин, которые привели к ситуации и из-за которых затрудняется принятие решения для исправления сложившейся ситуации. Для этого метода нужно провести дополнительные маркетинговые исследования. К плюсам метода оценки конкурентоспособности товара/услуг можно отнести определение дальнейших перспектив развития предприятия, а к минусам – невозможность определения информации о сильных и слабых сторонах деятельности предприятия. Главным плюсом метода, основанного на теории эффективной конкуренции, будет то, что он принимает во внимание различные аспекты деятельности предприятия, однако полученные данные могут быть завышены в связи с тем, что сумма элементов предприятия не приводит к той же сложившейся ситуации. Метод комплексного подхода оценки определяет текущую обстановку на предприятии и может выявлять будущую возможную динамику конкурентоспособности. Он включает минусы предыдущих методов, но, поскольку методики применяются комплексно, риски для получения необъективных данных сильно уменьшаются, но не исчезают [10].

Комплексный подход оценки предприятия наиболее точный и охватывает больше аспектов деятельности предприятия, поскольку осуществляется с использованием интегральной оценки, которая делится на две составляющие: критерии эффективности производства и критерии, характеризующие степень удовлетворения потребностей потребителя.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В результате проведенного анализа существующих методов оценки конкурентоспособности предприятий мы пришли к важному выводу: универсальная и идеальная методика, способная полностью охватить все аспекты конкурентоспособности, на сегодняшний день отсутствует. Каждый из рассмотренных подходов обладает своими недостатками и ограничениями, что существенно сужает их практическое применение в реальных условиях функционирования бизнеса.

Методы комплексного подхода представляют собой наиболее перспективное решение в данной области. Они обладают способностью адаптировать набор методик в зависимости от специфических потребностей и условий конкретного предприятия, что делает их более гибкими и объективными для оценки конкурентоспособности, особенно в контексте сельскохозяйственных предприятий. Такой подход позволяет учитывать множество факторов, влияющих на конкурентоспособность, включая как внутренние характеристики предприятия, так и внешние рыночные условия.

Применение комплексного подхода может значительно повысить точность и эффективность оценки конкурентоспособности, что способствует разработке более эффективных стратегий управления и улучшению позиций предприятий на рынке. Важно отметить, что успешная реализация комплексного подхода требует дальнейших исследований и разработок в этой области. Это позволит не только улучшить теоретические основы данной области, но и обеспечить практическую применимость разработанных методик для достижения устойчивого конкурентного преимущества на рынке.

## **Список литературы**

1. Рудакова Д.А. Методы оценки конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий. В кн.: Молодые исследователи агропромышленного и лесного комплексов – регионам: материалы V Международной молодежной научно-практической конференции. Вологда–Молочное: Вологодская ГМХА; 2020.
2. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Дело; 1997. 425 с.
3. Портэр М. Конкуренция. М.: Вильямс; 2003. 496 с.
4. Сафиуллин Н.З. Конкурентные преимущества конкурентоспособность. Казань: Казанский университет; 2014. 104 с.
5. Гельвановский М.П. Конкурентоспособность: микро-, мезои макроуровни. Вопросы методологии. Высшее образование в России. 2006;10.

6. Зулькарнай И.У., Ильясова А.Р. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий. Маркетинг в России и за рубежом. 2001;4:17–27.
7. Леушкина В.В. Конкурентоспособность и методы оценки конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий. Актуальные вопросы современной экономики. 2021;12:1010–1014.
8. Авагян Г.Л., Биритский С.В. Концептуальные подходы к определению финансовой конкурентоспособности в системе оценки общей конкурентоспособности организации. В кн.: Экономика данных: повышение эффективности экономики, торговли и производства России: материалы VIII Международной межвузовской научно-практической конференции, Краснодар, 18 апреля 2024 г. Краснодар: Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова; 2024. С. 7–15.
9. Ширшова А.В. Основы анализа и методы оценки конкурентоспособности предприятия. Вестник Московской государственной академии делового администрирования. Экономика. 2011;6:113–118.
10. Демчук К.Д. Конкурентоспособность и финансовые инструменты повышения конкурентоспособности компаний в сравнении ПАО магнит и X5 Retail Group. Экономика и бизнес: теория и практика. 2022;1-1(83):72–78. <https://doi.org/10.24412/2411-0450-2022-1-183-72-78>
11. Хвостенко Т.М. Конкурентоспособность товара и конкурентоспособность организации – взаимосвязь и отличие. Вестник образовательного консорциума Среднерусский университет. Экономика и управление. 2019;14:97–98.
12. Розанова Н.М., Зороастроva И.В. Экономический анализ фирмы и рынка. М.: ЮНИТИ; 2020.
13. Рудакова Д.А. Методы оценки конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий. В кн.: Студенчество России: век XXI: материалы VII Всероссийской молодежной научно-практической конференции. Орел: Орловский государственный аграрный университет; 2020.

## References

1. Rudakova D.A. Methods for Assessing the Competitiveness of Agricultural Enterprises. In: Young Researchers of the Agro-Industrial and Forestry Complexes – to the Regions: Proceedings of th V International Youth Scientific and Practical Conference. Vologda–Molochnoye: Vologda State Agricultural Academy; 2020. (In Russian).
2. Meskon M., Albert M., Hedouri F. Fundamentals of Management. Moscow: Delo; 1997. 425 p. (In Russian).
3. Porter M. Competition. M.: Williams; 2003. 496 p. (In Russian).
4. Safiullin N.Z. Competitive Advantages Competitiveness. Kazan: Kazan University; 2014. 104 p. (In Russian).
5. Gelvanovsky M.I. Competitiveness: Micro-, Meso-, and Macrolevels. Methodological Issues. Higher Education in Russia. 2006;10. (In Russian).
6. Zulkarnay I.U., Ilyasova L.R. Method for calculating the integrated competitiveness of industrial, commercial, and financial enterprises. Marketing in Russia and Abroad. 2001;4:17–27. (In Russian).
7. Leushkina V.V. Competitiveness and methods for assessing the competitiveness of agricultural enterprises. Current issues of modern economics. 2021;12:1010–1014. (In Russian).
8. Aragyan G.L., Biritsky S.V. Conceptual approaches to determining financial competitiveness in the system of assessing the overall competitiveness of an organization. In: Data Economics: Increasing the efficiency of economy, trade, and production in Russia: Proceedings of VIII International Interuniversity Scientific and Practical Conference, Krasnodar, April 18, 2024. Krasnodar: Plekhanov Russian University of Economics; 2024. Pp. 7–15. (In Russian).
9. Shirshova L.V. Fundamentals of analysis and methods for assessing the competitiveness of enterprise. Bulletin of the Moscow State Academy of Business Administration. Economics. 2011;6:113–118. (In Russian).
10. Demchuk K.D. Competitiveness and financial instruments for increasing the competitiveness of companies in comparison with Magnit PJSC and X5 Retail Group. Economy and business: theory and practice. 2022;1-1(83):72–78. (In Russian). <https://doi.org/10.24412/2411-0450-2022-1-183-72-78>
11. Khvostenko T.M. Competitiveness of product and competitiveness of organization – interrelationship and difference. Bulletin of the educational consortium Central Russian University. Economics and management. 2019;14:97–98. (In Russian).
12. Rozanova N.M., Zoroaastrova I.V. Economic analysis of the firm and the market. Moscow: UNITY; 2020. (In Russian).
13. Rudakova D.A. Methods for assessing the competitiveness of agricultural enterprises. In: Students of Russia: the 21<sup>st</sup> century: Proceedings of VII All-Russian Youth Scientific and Practical Conference. Orel: Orel State Agrarian University; 2020. (In Russian).