

ՄՐՑԱԿՑԱՅԻՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆԱՎԵՏՈՒԹՅԱՆ  
ԳՆԱՀԱՏՈՒՄԸ

ԲԱՂԴԱՍԱՐՅԱՆ ԷԴԳԱՐ

Մ. Քոթանյանի անվան տնտեսագիտության  
ինստիտուտի հայցվոր  
էլվիստս՝ aghdasaryan@mail.ru

*Ցանկացած երկրի տնտեսության զարգացումը պայմանավորված է կազմակերպությունների արդյունավետ գործունեությամբ, որն իր հերթին կախված է արտաքին ու ներքին միջոցների գործոններից: Քանի որ արտաքին միջավայրի գործոնների փոփոխությունը կարող է նպաստել, այնպես էլ խոչընդոտել դրանց զարգացմանը, ուստի շուկայական հարաբերությունների պայմաններում կազմակերպության զարգացման ելակետային պայմաններն են հանդիսանում կապիտալի ներդրման արդյունավետությունը, ոլորտի ընտրությունը, սեփականության իրավական պաշտպանվածությունը և այլն: Հեղուսաբար հեղինակի կողմից հողվածում, ելնելով մասնագիտական գրականության մեջ գոյություն ունեցող մոտեցումների ուսումնասիրության արդյունքից, առաջարկվել է մոտեցում, որի շնորհիվ հնարավոր է հաշվարկել սնունդ արտադրող կազմակերպությունների մրցակցային ռազմավարության արդյունավետությունը:*

*Բանալի բառեր՝ մրցակցություն, մրցունակություն, շուկա, արդյունավետություն, ապրանք, շահույթ, շահույթաբերություն, տնտեսություն, ռեսուրս:*

Ցանկացած երկրի տնտեսության զարգացումը պայմանավորված է կազմակերպությունների արդյունավետ գործունեությամբ, որն իր հերթին կախված է արտաքին և ներքին միջավայրի գործոններից: Քանի որ արտաքին միջավայրի գործոնների փոփոխությունը կարող է ինչպես նպաստել, այնպես էլ խոչընդոտել դրանց զարգացմանը, ուստի շուկայական հարաբերությունների պայմաններում ձեռնարկության զարգացման ելակետային պայմաններ են հանդիսանում կապիտալի ներդրման արդյունավետությունը, ոլորտի ընտրությունը, սեփականության իրավական պաշտպանվածությունը և այլն:

Ակնհայտ է, որ տնտեսական ազատությունը բացարձակ հասկացություն չէ, և ձեռնարկությունների ինքնուրույնությունը սահմանափակվում է գործողություններով, ուստի ձեռնարկության մրցակցային ռազմավարության արդյունավետությունը չի կարելի դիտարկել զուտ ֆինանսական ցուցանիշների էկոնոմետրիկական կապերի վրա կառուցված մոդելներով: Ու-



տի դրա պարզաբանման համար քննարկենք ձեռնարկության մրցակցային ռազմավարության արդյունավետության մի քանի տնտեսությունների հիմնարար դրույթները և փորձենք համեմատական վերլուծությամբ բացահայտել դրանց ռազմավարության արդյունավետության գնահատման մեթոդաբանական հիմքերը: Քանի որ ձեռնարկության ռազմավարության ձևավորումը բարդ կազմակերպական հարաբերությունների համակարգ է և, ըստ էության, երկու դեպքում էլ գործ ունենք կազմակերպական գործընթացների արդյունավետության գնահատման հետ, ապա այդ տեսությունների մոտեցումները խիստ օգտակար են տվյալ խնդրի դիտարկման համար:

Ներկայիս շուկայական հարաբերությունների պայմաններում ձեռնարկության արդյունավետության գնահատումը պետք է կատարվի ոչ միայն քանակական հարաբերություններ արտահայտող ֆինանսական ցուցանիշներով, այլև որակական բնույթի արժեքների շեշտադրությամբ: Բացի դրանից՝ տարբեր ձեռնարկությունների համար հաճախ կիրառում են արդյունավետության գնահատման տարբեր մոտեցումներ: Այդ է պատճառը, որ ձեռնարկությունների արդյունավետության քննարկումը, ըստ էության, առնչվում է դրանց միջև առկա հետևյալ կարգի տարբերությունների հետ<sup>1</sup>.

- նպատակների միջև,
- ռեսուրսների միջև, որ դրանք ցանկանում են ձեռք բերել,
- ներքին և արտաքին միջավայրերի ազդեցությամբ ձևավորվող իրավիճակների միջև,
- ժամանակաշրջանների միջև, որոնց համար գնահատվում է արդյունավետությունը:

Պարզ է, որ այստեղ կարևոր տեղ է տրվում էկոնոմետրիկական ու ֆինանսական բնույթի այլ մեթոդներին, սակայն դրանք կիրառական են առանձին սուբյեկտների ու գործընթացների քանակական հարաբերությունների և ոչ թե բարդ ու ամբողջական գործընթացների գնահատման համար:

Արդյունավետության դիտարկման հետաքրքիր փորձ է հանդիսանում համակարգառեսուրսային մոդելը, ըստ որի՝ կազմակերպության արդյունավետությունը հանդիսանում է «շրջակա միջավայրի օգտագործման ունակություն կազմակերպության գործունեության ապահովման նպատակով եզակի և թանկարժեք ռեսուրսների ձեռք բերման համար»<sup>2</sup>: Այս տեսության հեղինակները գտնում են, որ շրջակա միջավայրի ռեսուրսների և հնարավորությունների օգտագործումը հիերարխիկ բնույթ ունի և վերջնականապես կարող է գնահատվել ժամանակի որոշակի միջակայքից հետո:

---

<sup>1</sup> Տե՛ս և Холл П.Х. Организации: структуры, процессы. Результаты. СПб: Питер, 2001, էջ 398:

<sup>2</sup> Տե՛ս և նույն տեղում, էջ 400:

Սակայն հարկ է նշել, որ կազմակերպության նպատակները լինում են տարաբնույթ, յուրահատուկ, ընդգրկում են տարբեր ժամանակաշրջանների գործունեության ուղենիշներ և պայմանավորված են վերջինիս ինչպես ներքին, այնպես էլ արտաքին միջավայրերի գործունեությամբ, արդյունավետության նպատակային մոդելում որպես կազմակերպության արդյունավետության չափանիշ հանդես է գալիս նպատակների իրականացման աստիճանը: Այնուամենայնիվ, հարկ է նշել, որ սովորաբար այլընտրանքային տարբերակներով օժտված նման միջնորդավորված և հաճախ ոչ ֆինանսական բնույթի կապերը հնարավոր չէ գնահատել դրական էկոնոմետրիկական մեթոդներով<sup>1</sup>:

Արդյունավետության գնահատման ռազմավարության համար առանձնակի հետաքրքրություն են ներկայացնում մասնակիցների բավարարվածության մոդելները: Դրանք կազմակերպության հիմնախնդիրը կապակցում են կազմակերպության մասնակիցների կորպորատիվ շահերի իրացման խթանների հետ: Ընդ որում կարևորվում են ինչպես ձևական, այնպես էլ ոչ ձևական հարաբերությունները: Եվ քանի որ կորպորատիվ շահերը հաճախ ունենում են ներքին հակադրություններ, ապա դրանք ևս հարկ է հաշվի առնել այդպիսի մոդելի մշակման համար:

Ռ. Հ. Հոլլը, ընդհանրացնելով վերոհիշյալ տեսությունների մոտեցումները, կատարում է մի շարք եզրահանգումներ, որոնք կարևոր է նաև կորպորատիվ ռազմավարության արդյունավետության դիտարկման համար<sup>2</sup>.

1. կազմակերպությունները գործում են արտաքին միջավայրի բազմաթիվ և հակասական սահմանափակումների պայմաններում,
2. կազմակերպություններն ունեն բազմաթիվ և ներքին բնույթով հսկայական նպատակներ,
3. կազմակերպության մասնակիցները կարող են ունենալ տարբեր մոտեցումներ գործունեության կազմակերպման ու դրա արդյունավետության գնահատման վերաբերյալ,
4. կազմակերպության գործունեության (այդ թվում՝ ռազմավարական) գնահատման ենթակա ժամկետները տարբեր են, որը նույնպես ազդում է որոշումների ընդունման արդյունավետության վրա:

Ինչպես երևում է, ցանկացած ձեռնարկության ռազմավարության արդյունավետությունը համակարգային բարդ հարաբերությունների ամբողջություն է, որն ընդգրկում է տարածական և ժամանակային տարաբնույթ միջակայքեր, առանձնանում է իր բազմաչափությամբ: Հետևաբար մրցակցային ռազմավարության արդյունավետության հիմնական չափանիշների

<sup>1</sup> St' u Холл Р. Х., Организации: структуры, процессы, результаты, СПб, Питер, 2001, էջ 410:

<sup>2</sup> St' u նույն տեղում, էջ 423-425:

ընտրությունը պետք է հիմնվի մրցակցային առավելությունների արդյունավետ իրացման գաղափարի վրա և ունենա կարևոր նշանակություն ինչպես տվյալ ժամանակահատվածի համար, այնպես էլ հեռանկարային առումով: Ընդ որում մրցակցային ռազմավարության արդյունավետության գնահատումը պետք է կայացված լինի տարբեր այլընտրանքային ռազմավարությունների ձևավորման, շուկայի կառուցվածքային տեղաշարժերի ու դրանց արդյունավետության միջև կապերի բնույթի սահմանման հետ և ունենա կիրառական բնույթ:

Այս տեսանկյունից ուշագրավ է այլընտրանքային ռազմավարությունների գնահատման և ընտրության խնդիրների առանձնացումը.

- առավելագույն շահութաբերության ապահովումը՝ կախված շուկայի հնարավորությունների գրավչությունից (մրցակցային առավելության ապահովման ունակությունից),

- ռազմավարությամբ նախատեսված շահութաբերությունը ինչքանով է հնարավոր իրականացնել,

- ինչքանով է ընդունելի ռիսկի և շահադրման հարաբերակցությունը ռազմավարության մեջ<sup>1</sup>:

Ելնելով վերոհիշյալից՝ մեր կարծիքով՝ ձեռնարկության մրցակցային ռազմավարության արդյունավետությունը հնարավոր է գնահատել հետևյալ վեց փուլերով<sup>2</sup>:

Առաջին փուլում հետևողականության օբյեկտը անհրաժեշտ է դիտարկել որպես համակարգ, որի համար որոշվում է նպատակը և պայմանները: Կազմակերպության տնտեսական գործունեությունը կարելի է դիտարկել որպես երեք փոխկապակցված տարրերից կազմված համակարգ ռեսուրսներից, արտադրական պրոցեսից և պատրաստի արտադրանքից (ծառայությունից): Այդ համակարգում մուտք են համարվում ապրանքա-նյութական (արտադրության միջոցներ և աշխատանքի առարկաներ) և աշխատանքային ռեսուրսների հոսքերը: Որպես ելք՝ ընդունվում են պատրաստի արտադրանքի (ծառայության) հոսքերը: Արտադրական պրոցեսը համակարգի մուտքը վերածում է ելքի: Պարզ է, որ կազմակերպության գործունեության նպատակն է ապահովել կայուն ֆինանսական դրություն, այսինքն՝ քննարկվող ժամանակաշրջանում հնարավորին չափով բարձր արդյունքի ստացում դրամական արտահայտությամբ, այլ կերպ ասած՝ ապահովել առավելագույն շահույթ: Ուստի համակարգային վերլուծության խնդիրն է գնահատել բարձր

<sup>1</sup> St'ս Курс MBA по стратегическому менеджменту, под. ред. Л. Фэй, Р. Рэнделл,

<sup>2</sup> St'ս Առաքելյան Վ. Հ. և ուրիշներ «Կազմակերպության տնտեսական գործունեության արդյունավետության գնահատում: Ուսումնական ձեռնարկ / Վ.Հ. Առաքելյան, Ա. Բ. Մելոնյան, Ի. Վ. Առաքելյան. - Եր., Հեղինակային հրատարակություն, Եր., 2008, էջ 9-10:



շահութաբերություն ապահովող բոլոր գործոնները՝ հիմք ընդունելով կազմակերպության գործունեության տնտեսագիտական սկզբունքը առկա ռեսուրսների օգտագործման շնորհիվ թողարկել առավելագույն արտադրանք կամ մատուցել ծառայություններ:

Երկրորդ փուլում իրականացվում է կազմակերպության արտադրական գործունեությունը բնութագրող ցուցանիշների հավաքում:

Երրորդ փուլում կազմվում է համակարգի ընդհանուր գծապատկերը, որոշվում են նրա գլխավոր բաղադրամասերը, գործառույթները, փոխադարձ կապերը, մշակվում են ենթահամակարգերի կառուցվածքները:

Չորրորդ փուլում սահմանվում են գործոնների քանակական բնութագրերը և դրանց փոխադարձ կապերը:

Հինգերորդ փուլում, ելնելով նախորդ փուլերից ստացված տեղեկատվություններից, կառուցվում է համակարգի մոդելը: Այնուհետև մոդելի մեջ ներմուծվում են կազմակերպության կոնկրետ տնտեսական գործունեության տվյալներ (ստանում մոդելի չափորոշիչների թվային արտահայտություն):

Վերլուծության ավարտական վեցերորդ փուլը աշխատանքներ են մոդելի հետ: Այս փուլն իր մեջ ներառում է տնտեսական գործունեության արդյունքների օբյեկտիվ գնահատականները, արտադրության արդյունավետության բարձրացման պահուստների համալիրի հայտնաբերումը:

Հետևաբար գտնում ենք, որ մրցակցային ռազմավարության համար անհրաժեշտ է իրար հետ զուգակցել առաջադրված մոտեցումները՝ հաշվի առնելով ձեռնարկությունների առանձնահատկությունները և դրանցում առկա պատճառահետևանքային կապերի էկոնոմետրիկական վերլուծությունները:

Հարկ է նշել, որ մրցակցային ռազմավարության արդյունավետության բարձրացումը նպաստում է ձեռնարկության ֆինանսատնտեսական գործունեության արդյունավետության բարձրացմանը:

Մեր կարծիքով՝ մրցակցային ռազմավարության արդյունավետությունը կարելի է որոշել հետևյալ բանաձևով.

Տնտեսական պրակտիկայում ընդունված է վերցնել ընդհանուր արդյունավետության 5-8%-ի չափով:

Տնտեսական պրակտիկայում ձեռնարկության գործունեության արդյունավետության չափանիշի քանակական բնութագիրը կարելի է տալ վերջնական արդյունքի մեծացմանը և բազային կապիտալի ծախսերով, քանի որ հաշվեկշռային շահույթը ընդհանրացնող, սակայն միջանկյալ արդյունք է:

Հարկերի վճարումներից հետո մնում է զուտ շահույթը, որն ըստ էության հանդիսանում է վերջնական արդյունք ձեռնարկության գործունեության համար և վկայում է նրա սեփական կապիտալի աճը: համախառն ակտիվները արտացոլում են ունեցվածքի արժեքը, որոնք ձեռք են բերվել սեփական և փոխառու միջոցների հաշվին:

$$\Theta_r = \sum_{i=1}^n \sum_{t=1}^T (U_{it} - C_{it} - H_{it}) N_{it} - \sum_{t=1}^{T_n} 3_{opt} + \Theta_{\cos}$$

որտեղ՝  $\Theta_r$  - ն սպասվելիք տնտեսական արդյունավետությունն է (հազ. դրամ),  
 $i=1,2,3,4 \dots n$  - ը ձեռնարկության կողմից թողարկվող արտադրատեսակներն են,

$U_{it}$  -  $i$ -րդ արտադրանքի գինն է  $t$ -րդ տարում,

$C_{it}$  -  $i$ -րդ արտադրանքի ինքնարժեքն է  $t$ -րդ տարում,

$H_{it}$  - $i$ -րդ արտադրանքից հարկվող հարկերի մեծությունն է  $t$ -րդ տարում,

$N_{it}$  - $i$ -րդ արտադրանքի ծավալն է  $t$ -րդ տարում,

$t=1,2,\dots,T_n$  - ներդրումների տարիները,

$3_{opt}$  - $t_n$  - րդ տարում արտադրանքի որակի ապահովման վրա կատարված ծախսերի մեծությունն է,

$\Theta_{\cos}$  - սոցիալական արդյունավետության մեծությունն է, որն առաջանում է սպառողի մոտ, այն սահմանվում է փորձնական ճանապարհով: Սովորաբար  $\Theta_{\cos}$  - ն տնտեսական պրակտիկայում ընդունված է վերցնել ընդհանուր արդյունավետության 5-8%-ի չափով:

Ուստի համախառն ակտիվների բազային մեծությունն է համարվում այն ունեցվածքը, որի համար վճարել է սեփականատերը: Փոխառու միջոցները սովորաբար տրվում են ձեռնարկության ունեցած միջոցների երաշխիքներով: Պարզ է, որ ձեռնարկությունը անհրաժեշտ միջոցների օգտագործման համար վճարում է համապատասխան տոկոս, որն իր արտահայտությունն է գտնում հաշվեկշռային հաշվարկում: Ելնելով այս մոտեցումից ձեռնարկության համար վերջնական արդյունք է հանդիսանում զուտ շահույթը, իսկ ծախսերը՝ զուտ ակտիվները կամ սեփական կապիտալը: Զուտ ակտիվներն այն ունեցվածքն է, որոնք ձեռք է բերված սեփական միջոցների հաշվին: Այսպիսով, կազմակերպության գործունեության տնտեսական արդյունավետության չափանիշ տարվա համար հանդիսանում է սեփական կապիտալի շահութաբերությունը: Այս ցուցանիշը սովորաբար համեմատվում է

մրցակիցների աշխատանքի հետ տարվա համար: Քանի որ ձեռնարկությունը իր գործունեությունը իրականացնում է երկար ժամանակահատվածում, ուստի անհրաժեշտ է տնտեսական արդյունավետությունը որոշել երկարատև ժամանակահատվածի համար: հայտնի է, որ զուտ շահույթը աղբյուր է հանդիսանում սեփականատերերի եկամուտների վճարման և ձեռնարկության զարգացման ֆինանսավորման համար:

Շահույթի մի մասը օգտագործվում է ձեռնարկության ընդլայնված վերարտադրության և նրա արժեքի ավելացման համար: Ունեցվածքի ավելացումն ըստ տարիների և դրանց հարաբերությունը սեփական կապիտալին արտահայտում է զուտ ակտիվների աճը կամ ձեռնարկության արժեքը:

$$\text{Ձ. ադ. երկարաժամկետ ժամանակահատվածում} \\ = \frac{\text{հաշվետու տարվա սեփական կապիտալ}}{\text{առաջին տարվա սեփական կապիտալ}}$$

Եթե տնտեսվարող սուբյեկտը բաժնետիրական ընկերություն է (ԲԸ). ապա այդ ցուցանիշը հաշվարկվում է հետևյալ կերպ:

$$\text{ՁԲԸ. ադ. երկարաժամկետ ժամանակահատվածում} \\ = \frac{\text{ակտիվների արժեքը հաշվետու ժամանակում}}{\text{արժեթղթերի նումինալ արժեքներին}}$$

Ձեռնարկության արժեքի դինամիկան ըստ տարիների նրա գործունեության ընթացքում տալիս է օբյեկտիվ բնութագիր նրա տնտեսական արդյունավետության վերաբերյալ՝ համեմատած մրցակիցների հետ: Եթե այդ ժամանակահատվածում տվյալ պետության մեջ նկատվում է արժեզրկման բարձր մակարդակ, ապա այն պետք է հաշվի առնել և տնտեսական արդյունավետության արդյունքներից հանել, որպեսզի համեմատումը նմանատիպ ձեռնարկության հետ ճիշտ բնութագրվի:

Հարկ է նշել, որ շահույթի ավելացումը հնարավորություն է ընձեռում ձեռնարկություններին բարձրացնելու գործունեության արդյունավետությունը: Հետևաբար ձեռնարկությունների ղեկավարության համառոտազմավարական խնդիր է հանդիսանում շահույթի մակարդակի ավելացումը ի հաշիվ ներդրումների: Ինչպես արտասահմանյան փորձը, այնպես էլ մեր կողմից կատարված ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ այն արդյունավետ ուղի է: Պարզ է, որ լրացուցիչ ծախսերը, որոնք կապված են տոկոսների վճարման հետ և իրականացվում են փոխառու միջոցների նկատմամբ, ուստի դրանք իրենց ազդեցությունն են ունենում շահույթաբերության մակարդակի վրա, այդ պատճառով ձեռնարկության ղեկավարությունը պետք է մշակի այնպիսի ռազմավարություն, որ այդ ազդեցությունը լինի նվազագույն:

նը, հետևաբար որքան այդ ծախսերը փոքր են, այնքան արդյունավետ է ձեռնարկության գերծունեությունը: Ստորև աղյուսակ 3.3-ում բերված է կազմակերպությունների կողմից թողարկված արտադրատեսակների առաջխաղացման և իրացման միջին արդյունքային ցուցանիշները 2018 թվականին:

Աղյուսակ 3.3.

**ՀՀ սննդարդյունաբերության կազմակերպությունների կողմից թողարկված արտադրատեսակների առաջխաղացման և իրացման արդյունքային ցուցանիշները 2018թ. (ըստ ընտրանքային հինգ կազմակերպությունների) հազ. դրամ**

կազմակերպությունների անվանումը	արդյունքային ցուցանիշները					
	Ա <sub>it</sub>	С <sub>it</sub>	h <sub>it</sub>	З <sub>пт</sub>	Э <sub>cos</sub>	Э <sub>р</sub>
«ԱՇՏԱՐԱԿ ԿԱԹ» ՓԲԸ	4840984.2	4421709.0	838550.0	47200.0	14408.5	302577.5
«ԱՐՄԱՎԻՐ» ՍՊԸ	1966012.0	1792899.0	94622.6	2444.0	6804.7	142898.7
«ԲՈՆԻԼԱԹ» ՍՊԸ	161584.2	132585.0	5799.8	350.6	1142.5	23992.9
«ՉԱՆԱԽ» ՍՊԸ	513717906.0	4957377700	359626.0	57600.0	71632.6	1504284.6
«ԲԻՈԿԱԹ» ՍՊԸ	417503750.0	37557600.0	8385530.0	48609.7	1594820.2	233491225.5

Հաշվարկները ցույց են տալիս, որ ուսումնասիրվող կազմակերպությունները 2018թ.-ին թողարկված արտադրատեսակների առաջխաղացման և իրացման շնորհիվ համապատասխանաբար ապահովել են 302577.5 հազ. դրամ, 26590 հազ. դրամ և 1422898.7 հազ. դրամ, 23992.9 հազ. դրամ, 1504284.6 հազ. դրամ և 33491225.5 հազ. դրամ տնտեսական արդյունավետություն:

Հետևաբար նշված ընկերությունները իրականացրել են արդյունավետ մրցակցային ռազմավարություն: Ապահովելով տնտեսական արդյունավետություն երկարաժամկետ ժամանակահատվածի համար:

Այսպիսով, ստացված արդյունքները հիմնավորում են մշակված ռազմավարության մոտեցումները, որի արդյունավետ իրականացումը կհանգեցնի սնունդ արտադրող ձեռնարկությունների գործարար ակտիվության բարձրացմանը, ուստի նաև ֆինանսական կայունության ապահովմանը:



## Օգտագործված գրականության ցանկ

1. Холл Р. Х., Организации: структуры, процессы, результаты, СПб, Питер, 2001, էջ 398:
2. Курс MBA по стратегическому менеджменту, под. ред. Л. Фэй, Р. Рэнделл,
3. Առաքելյան Վ. Հ. և Ուրիշներ «Կազմակերպության տնտեսական գործունեության արդյունավետության գնահատում: Ուսումնական ծեռնարկ /Վ. Հ. Առաքելյան, Ա. Բ. Մելտոնյան, Ի. Վ. Առաքելյան, Եր., Հեղինակային հրատարակություն, Եր., 2008, էջ 9-10:

## EFFECTIVENESS EVALUATION OF THE COMPETITIVE STRATEGY

**BAGHDASARYAN EDGAR**

*Research student of the Institute of Economics named after M. Kotanyan  
e-mail: aghdasaryan@mail.ru*

As the author mentions, the economic development of any country depends on the effectiveness of organizations, which in turn depends on external and internal factors. Since changes in environmental factors can both promote or hinder their development, in market conditions, the bases for the development of an organization are the efficiency of capital investments, the choice of the sphere, legal protection of property, and so on.

Consequently, in the article, based on the results of studying various approaches in professional literature, the author proposed his own approach that can be used to calculate the effectiveness of the competitive strategy of organizations on food production.

**Key words:** *competition, competitiveness, market, efficiency, product, profit, profitability, economy, resource.*

## ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ

**БАГДАСАРЯН ЭДГАР**

*Соискатель Института экономики имени М. Котаняна НАН РА  
электронная почта: aghdasaryan@mail.ru*

Как отмечает автор, развитие экономики любой страны зависит от эффективной деятельности организаций, которые в свою очередь зависят от факторов внешней и внутренней среды. Поскольку изменения факторов окружающей среды могут как способствовать, так и препятствовать их развитию, то



в условиях рыночных отношений исходными условиями для развития организации являются эффективность капитальных вложений, выбор сферы, правовая защита собственности и так далее.

Следовательно, в статье, исходя из результатов изучения разных подходов, существующих в профессиональной литературе, автор предложил свой подход, который можно использовать для расчета эффективности конкурентной стратегии организаций пищевого производства.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность, рынок, эффективность, продукт, прибыль, рентабельность, экономика, ресурс.

Հոդվածը ներկայացվել է խմբագրական խորհուրդ 26.08.2021թ.:

Հոդվածը գրախոսվել է 11.09.2021թ.: