

УДК 334.02

## МЕТОДИКА И РЕЗУЛЬТАТЫ КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ РЫНОЧНОГО ПОТЕНЦИАЛА ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА

Коды JEL: D4, M31, L1

*Согачева О. В.*, кандидат экономических наук, доцент, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Россия

*E-mail: sogachova@mail.ru*

*SPIN-код: 6831-4696*

Поступила в редакцию 17.09.2022. Принята к публикации 21.09.2022

### Аннотация

Предмет. Комплексная оценка рыночного потенциала экономического субъекта, которая проводится по методу декомпозиции на более простые составляющие с использованием интегрального показателя.

Тема. Целевая функция рыночного потенциала организации заключается в формировании стратегии развития экономического субъекта на основе полученных результатов комплексной оценки.

Цели. Проведение комплексной оценки рыночного потенциала на данных конкретного экономического субъекта, а также формирование возможных вариантов стратегического развития.

---

*Методология. В процессе исследования автор использовали общенаучную методологию и подходы, основой послужили методы системного анализа, обобщения, экономико-математические методы.*

*Результаты. Автором проведена декомпозиция структурных элементов рыночного потенциала экономического субъекта с указанием выборки показателей, характеризующих состояние того или иного элемента. В исследовании дана комплексная оценка рыночного потенциала конкретного экономического субъекта и определен ее уровень. Предложены возможные варианты стратегического развития организации.*

*Область применения. Результаты проведенного исследования могут быть использованы при формировании стратегического плана организации.*

*Выводы. На основе полученных результатов могут быть сформированы возможные варианты стратегического развития экономического субъекта.*

*Ключевые слова: рыночный потенциал, комплексная оценка, интегральный показатель, экономический субъект, маркетинговый потенциал, кадровый потенциал, финансовый потенциал, производственный потенциал.*

UDK 334.02

## METHODOLOGY AND RESULTS OF COMPREHENSIVE ASSESSMENT OF THE MARKET POTENTIAL OF AN ECONOMIC SUBJECT

JEL Codes: D4, M31, L1

*Sogacheva O. V., candidate of economics, assistant professor, department of regional economics and management, Southwest State University, Kursk, Russia*

*E-mail: sogachova@mail.ru*

*SPIN-код: 6831-4696*

### Annotation

*Subject. A comprehensive assessment of the market potential of an economic entity, which is carried out according to the method of decomposition into simpler components using an integral indicator.*

*Topic. The target function of the market potential of an organization is to form a development strategy for an economic entity based on the results of a comprehensive assessment.*

*Purpose. Carrying out a comprehensive assessment of the market potential based on the data of a particular economic entity, as well as the formation of possible options for strategic development.*

*Methodology. In the course of the study, the authors used general scientific methodology and approaches, based on the methods of system analysis, generalizations, economic and mathematical methods.*

*Results. The author presents a decomposition of the structural elements of the market potential of an economic entity, indicating a selection of indicators characterizing the state of one or another element. The study carried out a comprehensive assessment of the market potential of a particular economic entity and determined its level. Possible options for the strategic development of the organization are proposed.*

*Application area. The results of the study can be used in the formation of the strategic plan of the organization.*

*Conclusions. On the basis of the results obtained, possible options for the strategic development of an economic entity are formed.*

*Keywords: market potential, comprehensive assessment, integral indicator, economic entity, marketing potential, personnel potential, financial potential, production potential.*

DOI: 10.22394/1997-4469-2022-58-3-76-83

### Введение

В современных сложных экономических условиях эффективное функционирование экономических субъектов во многом зависит от адекватной оценки своего рыночного потенциала, являющегося главным ориентиром при выборе приоритетного стратегического направления развития. Достоверная комплекс-

ная оценка рыночного потенциала является одной из ключевых задач при формировании стратегии развития бизнеса. Использование результатов оценки рыночного потенциала могут выступить основой для принятия решений по повышению конкурентоспособности организации. В связи с этим особую актуальность приобретают исследования, посвященные ме-

тодикам комплексной оценки рыночного потенциала организации. Преимущественно выделяются методики, основанные на составлении интегральных показателей с использованием различных методов. В проводимом исследовании автор для комплексной оценки рыночного потенциала организации использует методику, основанную на составлении интегрального показателя с помощью геометрической средней. Проведение планирования по результатам комплексной оценки рыночного потенциала позволит улучшить показатели деятельности организации с позиции эффективного использования ресурсов, что способствует четко определить дальнейшую траекторию развития экономического субъекта в условиях взаимодействия рынка.

### Результаты исследования и их обсуждение

Впервые термин «рыночный потенциал» был предложен Ч. Харрисом в 1954 году и был представлен как «абстрактный показатель интенсивности возможного контакта с рынками». Существуют различные оценочные суждения по поводу определения рыночного потенциала как со стороны зарубежных, так и отечественных ученых. В основном, все авторские позиции зарубежных исследователей сводятся к тому, что рыночный потенциал формируется под влиянием внешнего и внутреннего спроса с учетом транзакционных издержек. Отечественные экономисты (Максимова И. В., Рыбаков А. В. [6, 10]) считают, что рыночный потенциал является одной из составляющих экономического потенциала. По мнению Григорьева Д. А. и Суловой Ю. Ю. [3], в состав рыночного

потенциала входит производственный, сбытовой и потребительский потенциалы. Авторы Т. С. Бронникова, В. В. Котрин [2], под рыночным потенциалом понимают соответствие ресурсных возможностей экономического субъекта внешним условиям хозяйствования в процессе осуществления деятельности экономического субъекта. Авторские позиции Е. В. Попова [9], П. А. Пименова, М. Л. Калужского [4] на предмет определения рыночного потенциала сводятся к тому, что рыночный потенциал имеет маркетинговую природу и характеризует возможность применения маркетинговых ресурсов в деятельности экономического субъекта. Результаты обобщения различных авторских подходов к понятию «рыночный потенциал» позволили выделить ряд моментов, присущих большинству подходов:

- основой формирования рыночного потенциала является ресурсная составляющая;
- влияние факторов внешней и внутренней среды на конкурентоспособность экономического субъекта;
- маркетинговая природа возникновения рыночного потенциала [5].

С учетом рассмотренных различных подходов и выделенных на их основе общих черт, автор статьи считает, что рыночный потенциал представляет собой комплексную категорию, включающую в себя совокупность ресурсных элементов (кадры, финансы, производство и маркетинг), усиливающих позиции экономического субъекта на рынке [7].

Авторское представление о структуре рыночного потенциала и показателях, характеризующих состояние каждого элемента, представлено на рисунке 1.

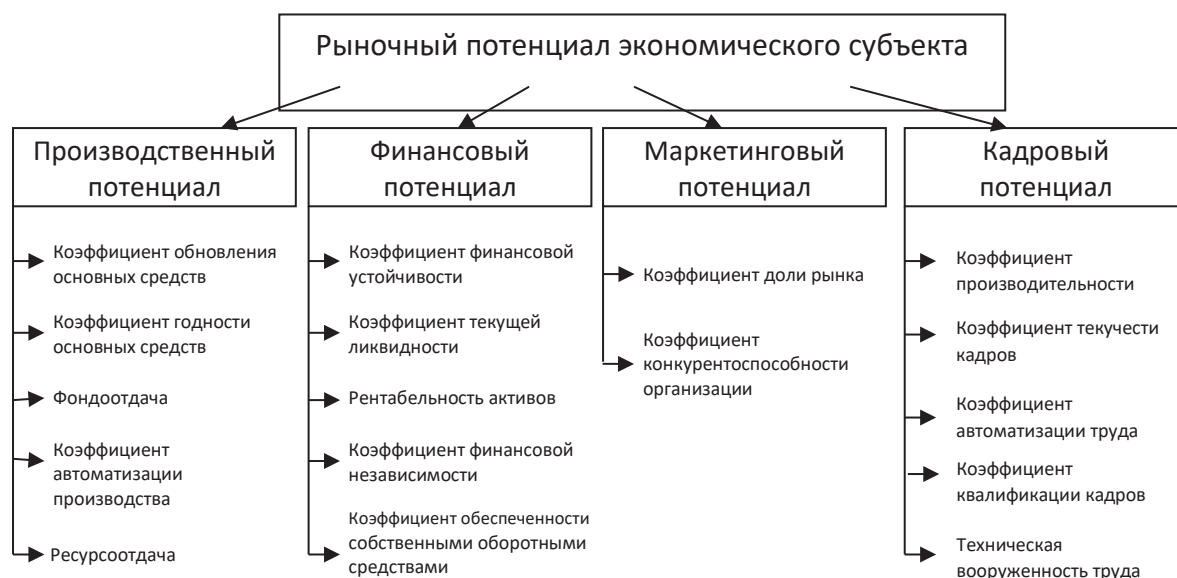


Рис. 1. Декомпозиция структурных элементов рыночного потенциала экономического субъекта

\*Источник: авторская разработка

Автором представлена выборка показателей, максимально отражающих состояние той или иной ресурсной составляющей, входящей в рыночный потенциал экономического субъекта [1, 11]. Для получения комплексной оценки рыночного потенциала экономического субъекта сводятся показатели, характеризующие производственные, финансовые, маркетинговые и кадровые ресурсы, в единый интегральный показатель. Интегральный показатель, значение которого отражает уровень рыночно-

го потенциала экономического субъекта, автор рассчитывает с помощью геометрической средней [2, 8].

На основе рассмотренной методики проведена комплексная оценка рыночного потенциала сельскохозяйственного экономического субъекта. В таблице 1 систематизированы основные показатели, характеризующие и оценивающие уровень производственного потенциала предприятия за последние три отчетных периода.

Таблица 1

*Индексы, характеризующие производственный потенциал организации*

Показатели	Годы		
	1	2	3
Коэффициент обновления основных средств	1,12	1,16	1,18
Коэффициент годности основных средств	1,67	1,72	1,81
Фондоотдача	1,80	3,04	2,99
Коэффициент автоматизации производства	1,76	1,79	1,89
Ресурсоотдача	1,98	1,03	1,06
Индекс производственного потенциала ( $IP_p$ )	1,6363	1,6207	1,6649

Примечание: \*Источник: рассчитано автором

Расчет индекса производственного потенциала производился следующим образом:

$$1: IP_p = \sqrt[5]{1,12 \times 1,67 \times 1,8 \times 1,76 \times 1,98} = 1,6363$$

$$2: IP_p = \sqrt[5]{1,16 \times 1,72 \times 3,04 \times 1,79 \times 1,03} = 1,6207$$

$$3: IP_p = \sqrt[5]{1,18 \times 1,81 \times 2,99 \times 1,89 \times 1,06} = 1,6649$$

На протяжении трех отчетных периодов наблюдается рост индекса с 1,6363 до 1,6649.

В таблице 2 приведены индексы показателей, характеризующих финансовый потенциал предприятия

Расчет индекса финансового потенциала производился следующим образом:

$$1: IP_f = \sqrt[5]{1,02 \times 0,95 \times 1,01 \times 1,23 \times 1,13} = 1,0635$$

$$2: IP_f = \sqrt[5]{0,97 \times 0,73 \times 1,23 \times 1,26 \times 1,23} = 1,0618$$

$$3: IP_f = \sqrt[5]{1,06 \times 1,14 \times 1,32 \times 1,28 \times 1,21} = 1,1983$$

На протяжении трех отчетных периодов наблюдается рост индекса с 1,0635 до 1,1983

Таблица 2

*Индексы, характеризующие финансовый потенциал организации*

Показатели	Годы		
	1	2	3
Коэффициент финансовой устойчивости	1,02	0,95	1,06
Коэффициент текущей ликвидности	0,95	0,73	1,14
Коэффициент финансовой независимости	1,01	1,23	1,32
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	1,23	1,26	1,28
Рентабельность активов	1,13	1,23	1,21
Индекс финансового потенциала ( $IP_f$ )	1,0635	1,0618	1,1983

Примечание: \*Источник: рассчитано автором

В таблице 3 приведены индексы показателей, характеризующих кадровый потенциал предприятия.

Расчет индекса кадрового потенциала производился следующим образом:

$$2019: IP_{pr} = \sqrt[5]{1,12 \times 1,08 \times 1,22 \times 1,02 \times 1,22} = 1,1291$$

$$2020: IP_{pr} = \sqrt[5]{1,49 \times 1,13 \times 1,32 \times 1,14 \times 1,36} = 1,2812$$

$$2021: IP_{pr} = \sqrt[5]{1,07 \times 1,11 \times 1,45 \times 1,24 \times 1,42} = 1,2484$$

На протяжении трех отчетных периодов наблюдается рост индекса с 1,1291 до 1,2484.

Индексы, характеризующие кадровый потенциал организации

Показатели	Годы		
	1	2	3
Коэффициент производительности труда	1,12	1,49	1,07
Коэффициент текучести кадров	1,08	1,13	1,11
Коэффициент квалификации трудовых ресурсов	1,22	1,32	1,45
Коэффициент автоматизации труда	1,02	1,14	1,24
Техническая вооруженность труда	1,22	1,36	1,42
Индекс кадрового потенциала ( $IP_{пр}$ )	1,1291	1,2812	1,2484

Примечание: \*Источник: рассчитано автором

В таблице 4 приведены индексы показателей, характеризующих маркетинговый потенциал организации.

Расчет индекса маркетингового потенциала производился следующим образом:

$$1: IP_m = \sqrt[2]{1,18 \times 1,23} = 1,2047$$

$$2: IP_m = \sqrt[2]{1,15 \times 1,26} = 1,2037$$

$$3: IP_m = \sqrt[2]{1,38 \times 1,32} = 1,3497$$

На протяжении трех отчетных периодов наблюдается рост индекса с 1,2047 до 1,3497.

Таблица 4

Индексы, характеризующие маркетинговый потенциал организации

Показатели	Годы		
	1	2	3
Коэффициент доли рынка	1,18	1,15	1,38
Коэффициент конкурентоспособности организации	1,23	1,26	1,32
Индекс маркетингового потенциала ( $IP_m$ )	1,2047	1,2037	1,3497

Примечание: \*Источник: рассчитано автором

Итак, представленная системная характеристика рыночного потенциала организации включает в себя следующие подсистемы: производственный, финансовый, кадровый и маркетинговый потенциал. Для комплексной оценки рыночного потенциала агрегированы локальные показатели по следующему алгоритму:

$$1: IP = \sqrt[4]{1,6363 \times 1,0635 \times 1,1291 \times 1,2047} = 1,2403$$

$$2: IP = \sqrt[4]{1,6207 \times 1,0618 \times 1,2812 \times 1,2037} = 1,2764$$

$$3: IP = \sqrt[4]{1,6649 \times 1,1983 \times 1,2484 \times 1,3497} = 1,3458$$

На рисунке 2 представлена динамика интегрального показателя рыночного потенциала исследуемой организации.

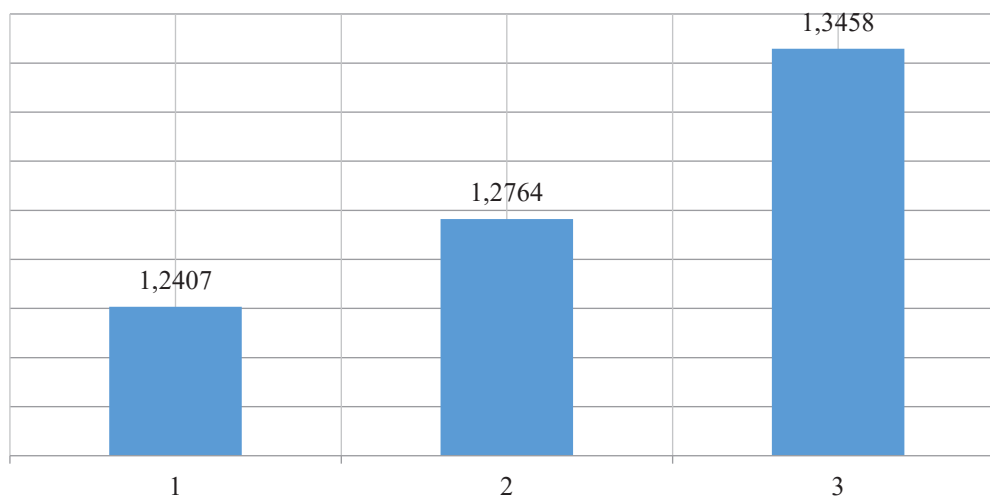


Рис. 2. Интегральный индекс рыночного потенциала организации

\*Источник: рассчитано автором

По данным рисунка сделан вывод о том, что интегральный индекс рыночного потенциала исследуемой организации увеличивается на протяжении анализируемого периода.

Для выявления качественной характеристики показателя рыночного потенциала в работе рассчитан интегральный показатель ос-

новных конкурентов исследуемой организации (рис. 3).

В данном случае эталонным предприятием является Конкурент 1 с показателем — 1,6257. Отклонения от значения эталонного предприятия составляют: анализируемое предприятие — 21 %; Конкурент 2 — 25 %; Конкурент 3 — 28 %; Конкурент 4 — 29 %.

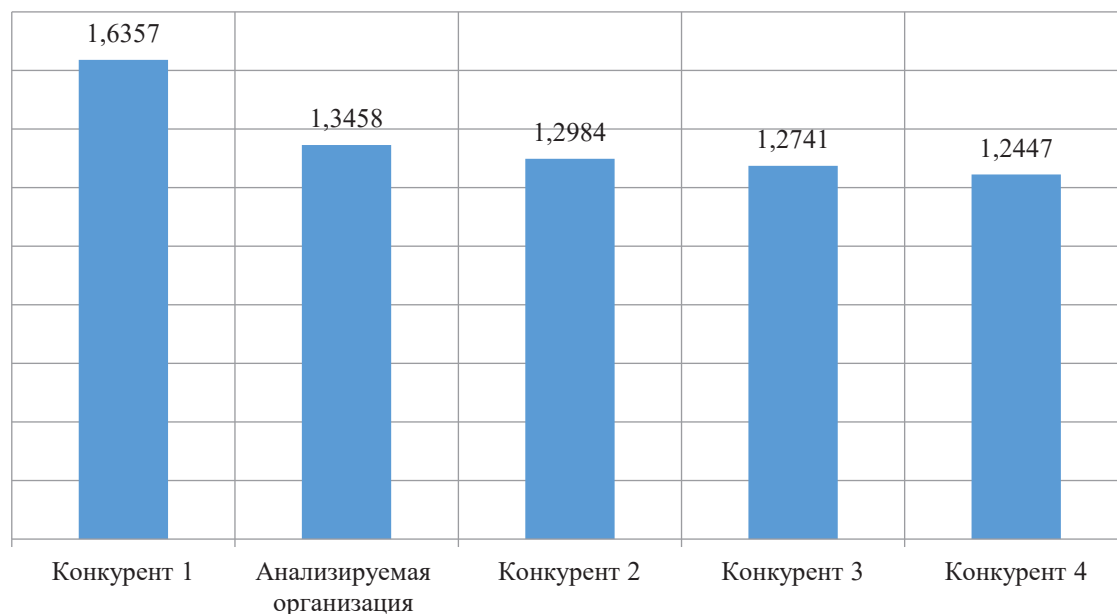


Рис. 3. Интегральный индекс рыночного потенциала организации и основных конкурентов в отчетном году

\*Источник: рассчитано автором

Качественная оценка проведена с использованием шкалы Харрингтона, состоящей из пяти интервалов единичного отрезка, характеризующих степень приближения к некоторому идеалу: очень высокая (0,8—1,0); высокая (0,63—0,8);

средняя (0,37—0,63); низкая (0,2—0,37); очень низкая (0—0,2) [2]. Таким образом, по степени приближения к эталонному значению (Конкурент 1) получены следующие результаты (табл. 5).

Таблица 5

Характеристика рыночного потенциала анализируемой организации и основных конкурентов

Степень приближения к предприятию эталону (Конкурент 1)	Качественная характеристика	Анализируемая организация	Конкурент 2	Конкурент 3	Конкурент 4
0,8—1	очень высокий	-	-	-	-
0,63—0,8	высокий	+	+	+	+
0,37—0,63	средний	-	-	-	-
0,2—0,37	низкий	-	-	-	-
0—0,2	очень низкий	-	-	-	-

Примечание: \*Источник: рассчитано автором

Результаты расчетов показали, что для анализируемой организации характерен высокий уровень рыночного потенциала. Количественная и качественная характеристика рыночного потенциала организации позволит в дальней-

шем сформировать стратегию и тактику развития бизнеса, а также внедрить различные проектные предложения, направленные на повышение рыночной устойчивости экономического субъекта.

**Заключение**

Результаты проведенного анализа позволили сделать следующие выводы:

— рыночный потенциал представляет собой комплексную категорию, включающую в себя ресурсные составляющие такие как: кадры, финансы, производство и маркетинг;

— для комплексной оценки рыночного потенциала экономического субъекта автор предложил использовать единый интегральный показатель, в расчете которого участвуют показатели, характеризующие производственные, финансовые, маркетинговые и кадровые ресурсы;

— проведены расчетные процедуры по комплексной оценке рыночного потенциала анализируемой организации, что позволило оценить уровень его развития;

— целевая функция рыночного потенциала организации заключается в формировании стратегии развития экономического субъекта на основе полученных аналитических оценок.

Результаты комплексной оценки рыночного потенциала организации позволяют сформировать стратегию на основе двух подходов «снизу» и «сверху». Стратегия «подход снизу» формируется за счет повышения всех составляющих рыночного потенциала, что приведет к росту рыночного потенциала в целом. Стратегия «подход сверху» ориентирована на кардинальное изменение стратегии организации, которое приведет к росту его рыночного потенциала.

Выявленные стратегические возможности организации по результатам комплексной оценки рыночного потенциала делают необходимым применение управленческих технологий, позволяющих лучше ориентироваться во внешней среде и повысить эффективность деятельности предприятия.

**Информация о конфликте интересов**

*Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи.*

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Андросова И. В. Программное обеспечение анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия / И. В. Андросова, М. А. Ронжина // Научное обозрение: теория и практика. — 2019. — Т. 9. № 10 (66). — С. 1511—1520.

2. Бронникова Т. С. Развитие методологии формирования рыночного потенциала предприятия : монография / Т. С. Бронникова, В. В. Котрин. — Королёв : ФТА, 2020. — 134 с.

3. Васильева Л. В. Анализ методических подходов к построению интегральных экономических показателей / Л. В. Васильева // Экономические исследования и разработки. — 2017. — № 12.

4. Григорьев Д. А. Теоретические и методические подходы к изучению рыночного потенциала и его емкости / Д. А. Григорьев, Ю. Ю. Сулова // Проблемы современной экономики. — 2018. — № 2 (50). — С. 234—237.

5. Калужский М. Л. Анализ рыночного потенциала фирмы / М. Л. Калужский, П. А. Пименов // Двадцатые апрельские экономические чтения : материалы международной научно-практической конференции. — Омск : РОФ «ФРСП». — 2019. — С. 151—154.

6. Каширцева А. Ю. Упреждающее управление экономическими системами на основе имитационного моделирования / А. Ю. Каширцева, В. А. Дудко // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. — 2009. — № 4-1 (32). — С. 143—150.

7. Максимова И. В. Рыночный потенциал региона как объект экономического планирования / И. В. Максимова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. — 2018. — Вып. 2. — С. 96—102.

8. Непочатых О. Ю. Реализация государственной экономической политики посредством индикативного планирования / О. Ю. Непочатых // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. — 2017. — № 2 (32). — С. 34—38.

9. Петрищева И. В. Интегральная оценка развития малых промышленных предприятий (на примере Курской области) / И. В. Петрищева // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Социально-экономические науки. — 2009. — Т. 9. № 4. — С. 140—144.

10. Попов Е. В. Рыночный потенциал предприятия : монография / Е. В. Попов. — Москва : Экономика, 2020. — 559 с.

11. Рыбаков А. В. Рыночный потенциал предприятий в системе факторов долгосрочного роста российской промышленности / А. В. Рыбаков // Вопросы экономики и права. — 2020. — № 3. — С. 157—161.

12. Чарочкина Е. Ю. Интеграция образования, науки и бизнеса как условие формирования инновационной экономики знаний / Е. Ю. Чарочкина, И. В. Андросова, О. В. Согачева, Е. С. Симоненко // Экономика и предпринимательство. — 2017. — № 9-1 (86). — С. 107—111.

**LIST OF LITERATURE**

1. Androsova I. V. Software analysis of financial and economic activity of the enterprise / I. V. Androsova, M. A. Ronzhina // Scientific review:

theory and practice. — 2019. — Т. 9. № 10 (66). — Pp. 1511—1520.

2. *Bronnikova T. S.* The development of the methodology for the formation of the market potential of the enterprise : monograph / T. S. Bronnikova, V. V. Kotrin. — Korolev : FT, 2020. — 134 p.

3. *Vasilyeva L. V.* Analysis of methodological approaches to the construction of integral economic indicators / L. V. Vasilyeva // Economic research and development. — 2017. — No. 12.

4. *Grigoriev D. A.* Theoretical and methodological approaches to the study of market potential and its capacity / D. A. Grigoriev, Yu. Yu. Suslova // Problems of modern economics. — 2018. — № 2 (50). — Pp. 234—237.

5. *Kaluzhsky M. L.* Analysis of the market potential of the firm / M. L. Kaluzhsky, P. A. Pimenov // Twentieth April economic readings : materials of the international scientific and practical conference. — Omsk : ROF «FRSR», 2019. — Pp. 151—154.

6. *Kashirtseva A. Y.* Proactive management of economic systems based on simulation modeling / A. Y. Kashirtseva, V. A. Dudko // Bulletin of the Belgorod University of Consumer Cooperation. — 2009. — № 4-1 (32). — Pp. 143—150.

7. *Maksimova I. V.* Market potential of the region as an object of economic planning / I. V. Maksimova // Bulletin of Volgograd State

University. Series 3: Economics. Ecology. — 2018. — Issue 2. — Pp. 96—102.

8. *Nepochatykh O. Yu.* Implementation of state economic policy through indicative planning / O. Yu. Nepochatykh // Theory and practice of service: economy, social sphere, technology. — 2017. — № 2 (32). — Pp. 34—38.

9. *Petrishcheva I. V.* Integral assessment of the development of small industrial enterprises (on the example of the Kursk region) / I. V. Petrishcheva // Bulletin of the Novosibirsk State University. Series: Socio-economic Sciences. — 2009. — Vol. 9. No. 4. — Pp. 140—144.

10. *Popov E. V.* Market potential of the enterprise : monograph / E. V. Popov. — Moscow : Economics, 2020. — 559 p.

11. *Rybakov A. V.* Market potential of enterprises in the system of factors of long-term growth of Russian industry / A. V. Rybakov // Questions of economics and law. — 2020. — No. 3. — Pp. 157—161.

12. *Charochkina E. Y.* Integration of education, science and business as a condition for the formation of an innovative knowledge economy / E. Y. Charochkina, I. V. Androsova, O. V. Sogacheva, E. S. Simonenko // Economics and entrepreneurship. — 2017. — № 9-1 (86). — Pp. 107—111.