

УДК 339.137

<https://doi.org/10.33619/2414-2948/43/38>

JEL Classification: L22; M11; O25;

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО КПЗ «НОВЛЯНСКИЙ»

©Смирнов В. Н., ORCID: 0000-0002-4282-6201, канд. экон. наук, Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г. Владимир, Россия, vick33ru@mail.ru

©Сулятицкая А.В., Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г. Владимир, Россия, diemianchuk.1994@mail.ru

ASSESSMENT OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE AS AN EXAMPLE OF THE COMPANY KPZ NOVLYANSKII

©Smirnov V., ORCID: 0000-0002-4282-6201, Ph.D., Vladimir State University named after Alexander Grigorievich and Nikolai Grigorievich Stoletov, Vladimir, Russia, vick33ru@mail.ru

©Sulyatitskaya A., Vladimir State University named after Alexander Grigorievich and Nikolai Grigorievich Stoletov, Vladimir, Russia, diemianchuk.1994@mail.ru

Аннотация. Рассмотрены теоретические и практические аспекты оценки конкурентоспособности предприятия народного хозяйства. На основе анализа конкурентного положения разработаны и предложены мероприятия, ориентированные на повышение эффективности функционирования организации.

Abstract. The article deals with the theoretical and practical aspects of assessing the competitiveness of the enterprise of the national economy. Based on the analysis of the competitive position developed and proposed measures aimed at improving the efficiency of the organization.

Ключевые слова: конкурентоспособность, методы оценки, эффективность организации, анализ, конкурентное положение.

Keywords: competitiveness, evaluation methods, organizational effectiveness, analysis, competitive position.

Конкуренция, представляя собой сложнейшее и многоплановое явление, является особо важным инструментом рыночной экономики. Для уточнения понятия конкурентоспособности, в мировой практике широко используется теория равновесия фирмы и отрасли А. Маршалл, где главным критерием определения выступает наличие у фирмы наиболее эффективных, чем у других фирм, производственных факторов [1]. В качестве таких показателей указывают процентные ставки по банковским кредитам, индексы закупочных цен на сырье, оборудование и т.п. [2]. Однако, так как данная теория рассчитана, прежде всего, на реально не существующие условия чистой или совершенной конкуренции, применить ее в условиях существующих рынков и других видов конкуренции достаточно сложно [3].

Борьба за экономическую стабильность и процветание среди продавцов, потребителей, между покупателями и продавцами — это и есть экономический закон рыночного хозяйства [4]. Продавцам хочется продать свои товары дороже, дабы получить наибольшую прибыль.

Однако, конкуренция, для повышения покупательского спроса, вынуждает их сбывать свою продукцию дешевле, нежели их соперники (конкуренты) [5]. В конкуренции среди потребителей победу одерживает тот, кто покупает больше и по наиболее низкой, по сравнению со средне рыночной, цене. В борьбе между покупателями и продавцами выигрывают наиболее сплоченные и имеющие возможность навязать свою (выгодную для них) цену [6].

Для определения сущности конкуренции, необходимо выделить ряд ее основных функций:

1. Содействие в выравнивании прибыли в зависимости от производительности труда.
2. Стимулирование роста производственной эффективности.
3. Обеспечение нацеленности производителя на запросы потребителя для достижения главной цели работы коммерческого предприятия — извлечения прибыли [7].
4. расчет и установление рыночной стоимости товара.
5. стимулирование снижения цен и повышения качества товаров и услуг [8].

Конкуренция, выступая явлением сложным и многогранным, сочетает в себе как положительные, так и отрицательные социально-экономические последствия.

Положительные последствия конкуренции выражаются в:

1. обеспечении максимально возможного удовлетворения потребностей покупателей;
2. увеличении роста качества товара;
3. обеспечении эффективности развития производства;
4. стимулировании инновационных процессов и внедрении технологических новинок;
5. усилении динамического развития экономики [9].

Негативные последствия конкуренции могут иметь следующее выражение:

1. Использование методов недобросовестной конкуренции при соперничестве (конкурентной борьбе).
2. Влияние на уровень занятости населения.
3. Потеря общественного и экономического потенциала [10].

Объектом анализа конкурентоспособности предприятия выступило Общество с ограниченной ответственностью Крахмало-паточный завод «Новлянский» (далее ООО КПЗ «Новлянский»), находящийся в поселке Новлянка Селивановского района Владимирской области. Основными направлениями деятельности предприятия являются производство крахмалосодержащих продуктов, сахарного сиропа, патоки, оптовая торговля кормами для сельскохозяйственных животных, изготовление минеральной воды. Покупателями продукции выступают Суздальский медоваренный завод, АО «Ярославский бройлер», ООО «Марс», ООО «Медиа–стар», а также многие другие предприятия.

Для выявления сильных и слабых сторон предприятия, его потенциальных возможностей и угроз, проведем SWOT - анализ ОАО КПЗ «Новлянский» (Таблица 1).

Таблица 1.
АНАЛИЗ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ И ОТРИЦАТЕЛЬНЫХ ФАКТОРОВ ООО КПЗ «НОВЛЯНСКИЙ»

	<i>Положительные факторы</i>	<i>Отрицательные факторы</i>
	Сильные стороны (внутренний потенциал) (S)	Слабые стороны (внутренние недостатки) (W)
Внутренняя среда	1. Опыт работы предприятия на рынке более 20 лет, узнаваемость бренда. 2. Установившиеся отношения с поставщиками сырья и материалов. 3. Налаженная система сбыта готовой продукции. 4. Широкий ассортимент. 5. Высокие объёмы продаж. 6. Система профессионального обучения и повышения квалификации сотрудников предприятия.	1. Высокая конкуренция на рынке. 2. Нехватка квалифицированных сотрудников. 3. Непостоянство денежного потока. 4. Слишком большие издержки производства 5. Слабая маркетинговая политика
	<i>Потенциальные возможности (O)</i>	<i>Имеющиеся угрозы (T)</i>
	Потенциальные возможности (O)	Имеющиеся угрозы (T)
Внешняя среда	1. Расширение производственной линейки. 2. Внедрение нового, более высокотехнологичного оборудования. 3. Приток частного капитала. 4. Привлечение новых инвесторов.	1. Усиление позиций предприятий-конкурентов. 2. Нехватка денежных средств. 3. Усиление степени контроля бизнеса со стороны государства 4. Отсутствие нормативов по стандартизации новых технологий 5. Дефицит высококвалифицированного персонала.

Проведем анализ и оценку конкурентоспособности предприятия — по пятибалльной шкале на основе концепции «4Р» (Таблица 2), где в роли основных конкурентов выступают:

- К 1 – ЗАО «Костромской крахмало–паточный завод» (г. Кострома)
- К 2 — Арзамасский крахмало–сушильный завод агропромышленного комбината «Арзамас» (Нижегородская область)

Таблица 2.
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО КПЗ «НОВЛЯНСКИЙ» Пример 1

<i>Факторы конкурентоспособности предприятия</i>	<i>Рейтинг, баллы</i>		
	<i>Предприятие</i>	<i>К 1</i>	<i>К 2</i>
<i>«1Р» - продукт</i>			
Качество продукции	5	5	5
Ассортимент	4	5	4
Дизайн упаковки	3	3	4
Товарный знак	5	5	5
Всего по инструменту	17	18	18
<i>«2Р» - цена</i>			
Уровень цен	4	5	5
Условия оплаты	3	4	4
Условия кредита	3	3	3
Условия отсрочки платежа	3	3	4
Всего по инструменту	13	15	16

Факторы конкурентоспособности предприятия	Рейтинг, баллы		
	Предприятие	К 1	К 2
<i>«ЗР» - каналы сбыта</i>			
Степень охвата сбыта	3	4	5
Регионы сбыта	2	4	3
Интенсивность каналов сбыта	2	4	3
Управление запасами	3	4	4
Транспортировка	4	4	3
Всего по инструменту	14	20	18
<i>«4Р» - продвижение на рынке (маркетинговые коммуникации)</i>			
Каналы рекламы	3	4	3
Адресная работа с промышленными покупателями	4	4	4
Бюджет рекламы	2	4	4
Паблик рилейшнз	3	4	3
Всего по инструменту	12	16	14
Сумма значений рейтингов	56	69	66

Как видно из данных Таблицы 2, анализируемый объект значительно уступает своим главным конкурентам на рынке по всем инструментам комплекса маркетинга.

Следующая оценка конкурентоспособности предприятия была осуществлена на основе метода Ж. Ж. Ламбена, включающей шесть основных показателей (Таблица 3).

Таблица 3.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО КПЗ «НОВЛЯНСКИЙ» пример 2

Критерии оценки	Наименование предприятия		
	ООО Крахмало-паточный завод «Новлянский»	ЗАО «Костромской крахмало-паточный завод»	Арзамасский крахмало-сушильный завод агропромышленного комбината «Арзамас»
1. Относительная доля рынка	3	5	4
2. Отличительные свойства товара	2	3	3
3. Издержки	3	5	4
4. Степень освоения технологии	3	4	4
5. Каналы товародвижения	4	5	5
6. Имидж	3	5	4
Итоговая оценка (балл)	18	27	24

Проведенный анализ конкурентоспособности предприятия показал, что ООО КПЗ «Новлянский» является аутсайдером по сравнению с заводами-конкурентами, производящими идентичную продукцию, так как итоговый показатель конкурентоспособности предприятия составил всего 18 баллов при имеющихся у ЗАО «Костромского крахмало-паточного завода» и Арзамасского крахмало-сушильного завода агропромышленного комбината «Арзамас» 27 и 24 соответственно.

Для улучшения конкурентоспособности ООО КПЗ «Новлянский», нужно применить следующие организационные меры:

1. Провести исследования в области маркетинга путем систематизации данных о предпочтениях потребителей.
2. Улучшить качество выпускаемой продукции в целях увеличения спроса.
3. Организовать качественную подготовку и переподготовку личного состава.
4. Обеспечить технико-экономические и качественные показатели, создающие приоритетность продукции предприятия на рынке.
5. Оказывать воздействие на потребителя путём проведения активной рекламной деятельности.

Список литературы:

1. Полевая Е. В. Повышение конкурентоспособности предприятия // Инновационная экономика: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Казань, май 2018 г.). Казань: Молодой ученый, 2018. С. 7-13.
2. Савич Е. О. Пути повышения конкурентоспособности предприятия // Концепт. 2016. Т. 11. С. 2241–2245.
3. Пострелова А. В., Маркин М. С. Оценка конкурентоспособности предприятия // Молодой ученый. 2013. №6. С. 398-402.
4. Воронов А. Проблема конкурентоспособности и пути ее решения // Маркетинг: Спец. вып. № 15. 2002. С. 90-94.
5. Лобов А. В., Коваленко В. С. Анализ аспектов глобальной конкурентоспособности Российской Федерации // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2016. № 1
6. Али А. Повышение конкурентоспособности продукции на предприятии // Молодой ученый. 2012. №8. С. 69-75.
7. Голиков И. А. Особенности содержания понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность» // Российское предпринимательство. 2016. Т. 17. № 10. С. 1251–1264.
8. Смирнов В. П., Ерохина Л. Д., Горбатенко А. В. Оценка конкурентоспособности организации // Гуманитарные научные исследования. 2014. № 6.
9. Боровских Н. В., Паскевич Е. В. Обеспечение конкурентоспособности предприятия // Молодой ученый. 2017. №3. С. 299-302.
10. Аристархова Т. С., Истомина С. Ю. Конкурентоспособность продукции и ее оценка // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. XL междунар. студ. науч.-практ. конф. 2016. № 3(40)

References:

1. Polevaya, E. V. (2018). Povyshenie konkurentosposobnosti predpriyatiya. In *Innovatsionnaya ekonomika: materialy V Mezhdunar. nauch. konf. (g. Kazan', mai 2018 g.)*. Kazan': Molodoi uchenyi, 7-13.
2. Savich, E. O. (2016). Puti povysheniya konkurentosposobnosti predpriyatiya. *Kontsept*, 11. 2241–2245.
3. Postrelova, A. V., & Markin, M. S. (2013). Otsenka konkurentosposobnosti predpriyatiya. *Molodoi uchenyi*, (6). 398-402.
4. Voronov, A. (2002). Problema konkurentosposobnosti i puti ee resheniya. *Marketing*, (S15). 90-94.
5. Lobov, A. V., & Kovalenko, V. S. (2016). Analiz aspektov global'noi konkurentosposobnosti Rossiiskoi Federatsii. *Ekonomika i menedzhment innovatsionnykh tekhnologii*, (1).

6. Ali, A. (2012). Povyshenie konkurentosposobnosti produktsii na predpriyatii. *Molodoi uchenyi*, (8). 69-75.
7. Golikov, I. A. (2016). Osobennosti sodержaniya ponyatii “konkurenciya” i “konkurentosposobnost”. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo*, 17(10). 1251–1264.
8. Smirnov, V. P., Erokhina, L. D., & Gorbatenko, A. V. (2014). Otsenka konkurentosposobnosti organizatsii. *Gumanitarnye nauchnye issledovaniya*, (6).
9. Borovskikh, N. V., Paskevich, E. V. (2017). Obespechenie konkurentosposobnosti predpriyatiya. *Molodoi uchenyi*, (3). 299-302.
10. Aristarkhova, T. S., Istomina, S. Yu. (2016). Konkurentosposobnost' produktsii i ee otsenka. In *Nauchnoe soobshchestvo studentov XXI stoletiya. Ekonomicheskie nauki: sb. st. po mat. XL mezhdunar. stud. nauch.-prakt. konf.*, 3(40)

*Работа поступила
в редакцию 19.05.2019 г.*

*Принята к публикации
23.05.2019 г.*

Ссылка для цитирования:

Смирнов В. Н., Сулятицкая А. В. Оценка конкурентоспособности предприятия на примере ООО КПЗ «Новлянский» // Бюллетень науки и практики. 2019. Т. 5. №6. С. 295-300. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/43/38>

Cite as (APA):

Smirnov, V., & Sulyatitskaya, A. (2019). Assessment of Competitiveness of the Enterprise as an Example of the Company KPZ Novlyanskii. *Bulletin of Science and Practice*, 5(6), 295-300. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/43/38> (in Russian).