

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТНЫХ ПОЗИЦИЙ С ПОМОЩЬЮ МНОГОУГОЛЬНИКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Залученов Иван Викторович

студент,

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Тульский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова,
г. Тула

Бурко Оксана Алексеевна

студент,

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Тульский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова,
г. Тула

ANALYSIS OF THE RESULTS OF EVALUATING COMPETITIVE POSITIONS USING THE COMPETITIVENESS POLYGON

Zaluchenov Ivan

student,

Federal State Budgetary Educational
Institution of Higher Education
«Plekhanov Russian University of Economics»
Tula Branch of Plekhanov Russian University of Economics,
Tula

Burko Oksana

student,

Federal State Budgetary Educational
Institution of Higher Education
«Plekhanov Russian University of Economics»
Tula Branch of Plekhanov Russian University of Economics,
Tula

АННОТАЦИЯ

Целью работы является анализ теоретических, методических и практических факторов формирования и развития конкурентных преимуществ предприятий для усиления позиций на российском строительном рынке. Для достижения поставленной цели необходимо провести анализ применения методов повышения конкурентоспособности предприятий в строительной отрасли. Объектом исследования – финансово-хозяйственная деятельность строительной фирмы, предметом - конкурентные преимущества и конкурентоспособность данной фирмы. Информационной базой исследования послужили научная литература, отчетность предприятия.

ABSTRACT

The purpose of the work is to analyze the theoretical, methodological and practical factors of the formation and development of competitive advantages of enterprises to strengthen their positions in the Russian construction market. To achieve this goal, it is necessary to analyze the application of methods to improve the competitiveness of enterprises in the construction industry. The object of the study is the financial and economic activities of a construction company, the subject is the competitive advantages and competitiveness of this company. The information base of the study was the scientific literature, the company's reports.

Ключевые слова: конкурентоспособность.

Keywords: competitiveness.

На современном этапе развития рыночных отношений мало какое предприятие может обойтись без оценивания своего конкурентного положения на рынке, и, вместе с тем, конкурентоспособности своей продукции, товаров, работ или услуг. Невзирая на различные методы и формы конкурентной борьбы, каждое предприятие стремиться разработать свою конкурентную

стратегию, свои конкурентные преимущества, которые помогут достичь рыночного успеха.

В наиболее полном смысле конкурентоспособность заключает в себя три основные составляющие. Первое из них напрямую связано с изделием как таковым и в большой мере сводится к качеству, второе составляющее связано одновременно и с экономикой создания сбыта и сервиса товара, и с экономическими

возможностями и ограничениями потребителя. Третье составляющее понятия конкурентоспособность отражает все то, что может быть приятно или неприятно потребителю как покупателю, как человеку той или иной социальной группы и т. д. [2, с. 45].

Конкуренция требует наилучшего сочетания экономических, технических и социальных предпосылок. Для обеспечения конкурентоспособности, организации используют инструменты конкурентоспособности Мак Кинзи, 7S, SWOT analysis, метод Boston Consulting Group и др; General Electric, инструменты маркетинговой политики и др.

Наиболее популярными инструментами для определения конкурентоспособности предприятия

являются, в основном, SWOT-анализ, потребительские опросники, экономические и статистические методы и экспертные оценки, в соответствии с которыми определяются необходимые критерии, а требуемые коэффициенты и показатели конкурентоспособности предприятия [3, с. 356].

Изучение внешней и внутренней среды рассматриваемой фирмы нацелено на выявление сильных и слабых сторон компаний, а также основных возможностей и угроз ее развития.

Синтезируем имеющиеся данные об анализе внешних и внутренних факторов и проведем SWOT-анализ.

Информация представлена в таблице 1.

Таблица 1

SWOT-анализ

		Сильные стороны	Слабые стороны
Внутренние факторы	Сильные стороны		
	высокие стандарты качества надежные партнеры соблюдение сроков выполнения работ профессионализм сотрудников высокая рентабельность	отсутствие маркетинговой политики и официального представительства в сети Интернет; небольшой опыт работы; слабая известность на рынке	
Внешние факторы	Возможности		Угрозы
	рост спроса расширение потребительской аудитории развитие технологий господдержка малого бизнеса	геополитическая и экономическая нестабильность снижение платёжеспособного спроса усиление конкурентной борьбы ужесточение законодательных требований	

Функционируя в непростых условиях внешней среды, компания имеет свой внутренний потенциал, выступающий фундаментом ее развития. Он формируется и видоизменяется на протяжении всей истории существования бизнеса. Его составными элементами выступают сильные и слабые стороны компании – ее преимущества и недостатки.

К числу первых следует относить высокое качество и надежность оказываемых услуг, максимальное соблюдение сроков, оказание постпродажного обслуживания. Основными недостатками компаний являются: слабая известность на рынке, небольшой опыт работы и отсутствие официального представительства в сети Интернет.

Таким образом, внешняя среда, открывая рассматриваемой фирме новые возможности для роста и развития, также несет в себе определённые угрозы устойчивости ее существования.

Наиболее сильное влияние на деятельность компаний оказывают политические и экономические факторы. Основные перспективы обусловлены развитием технологий и расширением спроса.

В то же время компания совсем недавно вышла на рынок и, даже обеспечивая высокое качество работ, характеризуется слабой известностью и

низкой репутацией. При этом четкая стратегия развития бизнеса, равно как и маркетинговая политика отсутствуют.

Кроме того, компания совершенно не использует современные интернет-технологии продвижения. Таким образом, внутренний потенциал используется не полностью.

В целях успешного развития в долгосрочной перспективе компании необходимо усиливать внутренний потенциал таким образом, чтобы использовать возможности внешней среды и нивелировать угрозы, что она несет. Кроме того, важно работать над слабыми сторонами (недостатками).

Конкурентоспособность компаний в общем виде представляет собой способность удовлетворять потребности клиентов лучше, нежели это делают конкуренты. Именно конкурентоспособность лежит в основе успешного развития компании в долгосрочной перспективе.

В основе конкурентоспособности компании лежит качество реализуемых услуг. Это качество, в свою очередь, складывается из двух составляющих – качества расходных материалов и оборудования, а также качества выполняемых работ и сервисного обслуживания.

Первую составляющую компания обеспечивает путем построения взаимоотношений с поставщиками оборудования, а вторую – обеспечивают сами сотрудники компании.

Уровень конкурентоспособности организации можно определить лишь путем сравнения между собой организаций-аналогов. Таким образом, в оценке конкурентоспособности организации всегда лежит сравнительный подход. Поскольку конкурентоспособность – характеристика относительная, то оценить ее представляется возможным лишь в сравнении с конкурентами.

Основными конкурентами рассматриваемой фирмы являются:

Фирма 1;

Фирма 2.

В целях оценки конкурентоспособности рассматриваемой фирмы обратимся к комплексному методу анализа, позволяющему, составить обобщенное оценочное суждение об объекте оценки.

На основе экспертного метода выделим наиболее важные оценочные критерии, играющие, решающую роль при определении уровня конкурентоспособности компаний, оказывающей услуги в сфере обеспечения безопасности объектов коммерческой недвижимости.

Представляется, что такими критериями должны стать:

ассортиментный ряд выполняемых работ; качество; уровень цен; соблюдение договорных сроков; рыночная репутация и известность компании; информационная открытость и прозрачность; рентабельность основной деятельности.

Выбор в пользу данных показателей определен их основополагающей ролью в деятельности организации в долгосрочной перспективе. Представляется, что их оценка позволит составить общее впечатление о внутреннем потенциале компании и уровне ее конкурентоспособности.

По каждому из предложенных ранее показателей проведем оценку по 5-ти бальной шкале (от 1 до 5), где:

«5» (идеально /превосходно);

«4» (хорошо);

«3» (удовлетворительно);

«2» (неудовлетворительно);

«1» (не приемлемо, полное отсутствие).

За эталонное значение примем оценку в 5 баллов.

В итоге рассчитаем средний рейтинг конкурентных позиций компаний (в сравнении с эталоном). Полученные данные представим и рассмотрим более подробно в таблице 2.

Таблица 2

Сравнительная оценка конкурентоспособности

Критерий сравнения	Эталонное значение	Рассматриваемая фирма	Firm a 1	Firm a 2	Rассматриваемая фирма	Firm a 1	Firm a 2
			Оценка (от 1 до 5)		Простой индекс $K_i = \frac{K_{\phi}}{K_{\text{эт.}}}$		
Ассортимент	5	5	4	5	1	0,8	1
Качество	5	5	5	4	1	1	0,8
Уровень цен	5	4	3	4	0,8	0,6	0,8
Соблюдение договорных сроков	5	5	4	5	1	0,8	1
Рыночная репутация и известность компании	5	3	5	4	0,6	1	0,8
Информационная открытость и прозрачность	5	3	4	3	0,6	0,8	0,6
Рентабельность основной деятельности	5	4	5	2	0,8	1	0,4
Комплексная интегральная оценка конкурентоспособности ($\sum K_i$)	-	-	-	-	0,83	0,86	0,77

Из таблицы видно, что интегральный показатель конкурентоспособности рассматриваемой составил порядка 0,83, что на

17% ниже эталонного значения и на 3% ниже общего показателя конкурентоспособности Фирмы 1 - основного конкурента компании.

В целом уровень конкурентоспособности бизнеса довольно высок, однако интегральный показатель сигнализирует о необходимости развития отдельных направлений.

Отображение на одном рисунке многоугольников конкурентоспособности разных организаций, соперничающих между собой,

позволяет провести сравнительный анализ их конкурентоспособности по различным направлениям. Опираясь на таблицу 2, при помощи средств Microsoft 365 построим лепестковую диаграмму (рисунок 1) и сравним основные «точки расхождений».



Рисунок 1. Сравнительная оценка конкурентоспособности

Из рисунка видно, что наиболее низкие конкурентные позиции рассматриваемой фирмы в сравнении с остальными игроками рынка наблюдаются в части известности и репутации на рынке, информационной открытости и прозрачности, рентабельности и ценовой политики. В результате уровень удовлетворенности потребителей оказывается ниже желаемого.

В то же время по некоторым показателям рассматриваемой фирмы явно превосходит своих конкурентов. В частности это касается уровня соблюдения сроков выполнения договорных обязательств и качества выполняемых работ.

В целом можно говорить о достаточно высоком конкурентном потенциале бизнеса. Учитывая небольшой срок существования компаний на рынке, ей удалось добиться внушительных успехов и занять свое место среди конкурентов.

Результаты проведенного исследования должны способствовать дальнейшему развитию

«наиболее слабых» направлений деятельности, что позволит не только повысить качество, но и укрепить конкурентные позиции рассматриваемой фирмы на рынке.

Литература:

1. Федеральный закон РФ «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 18.07.2009), [Электронный ресурс] // Консультант-плюс. – 1999-2020. – Электрон.дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
2. Багиев Г.Л. Маркетинг: Учебник для вузов. // Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х.Анн; Под общ. Ред. Г.Л. Багиева. - М.: ОАО «издательство экономика», 2018.
3. Коротков Э.М. Концепция российского менеджмента // Э.М. Коротков. - М.: ДeКА, 2018.