

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ  
Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра экономической теории  
и национальной экономики

**Роль конкуренции в развитии предпринимательства**

**(на примере ООО «Завод «Империя соков»)**

**АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

Студентки 4 курса 411 группы  
направления 38.03.01 Экономика  
профиль Экономика предпринимательства  
экономического факультета  
Мавлютовой Эльвиры Ринатовны

Научный руководитель

к.э.н., доцент \_\_\_\_\_ Е. В. Коротковская

Зав. кафедрой

к.э.н., доцент \_\_\_\_\_ Е. В. Огурцова

Саратов 2019

**Введение. Актуальность темы исследования.** Конкуренция является неотъемлемым признаком рыночной системы и основной движущей силой ее эффективного развития. Именно конкуренция стимулирует предпринимателя и направляет его экономический интерес (в виде получения экономической прибыли) к сокращению издержек, расширению объемов производства, внедрению инноваций, которые в результате становятся достоянием общества.

В России конкурентная среда формировалась не эволюционным путем, как в большинстве развитых стран, а путем создания институциональных условий для конкурентного поведения экономических субъектов.

Новая российская экономика, за время своего развития, сопровождалась кризисами экономической и политической нестабильности, негативно влияя тем самым на условия и формы конкурентных отношений.

Современная экономическая действительность, характеризующаяся трансформацией экономических отношений, глобализацией бизнеса, интеграцией России в мировое пространство, возлагает на развитие конкурентных отношений еще большую ответственность за улучшение экономических, инновационных показателей, качества жизни и благосостояния общества. Озабоченность современных аналитиков вызвана, прежде всего, тем, что большинство отечественных предприятий с их неконкурентоспособными товарами, не может выдержать конкуренции с импортом.

Поэтому особую актуальность приобретает решение вопросов, связанных с выбором путей экономического развития России, основанных на инновациях. Этому может способствовать создание оптимальных мотивационных условий, как для бизнеса, так и для работников, направленных на эффективное развитие конкурентной среды в России.

Несмотря на большой объем научной литературы по рассматриваемой проблеме, недостаточно раскрыты вопросы комплексного подхода к

изучению конкуренции, сочетания сотрудничества и конкуренции, требуется уточнение содержания ряда взаимосвязанных с конкуренцией категорий. Кроме того, необходимо решение вопросов, связанных с совершенствованием конкурентной среды в России.

Таким образом, актуальность, недостаточная теоретическая изученность конкуренции, практическая значимость проблемы совершенствования конкурентной среды в России и повышения конкурентоспособности предприятий, определили выбор темы выпускной квалификационной работы, ее содержание, постановку целей и задач.

Следовательно, цель исследования – изучение конкуренции как фактора развития предпринимательства.

Поставленная цель, в свою очередь, определяет следующие задачи исследования:

1. изучить понятие конкуренция, виды, сущность и её влияние на предпринимательство в современной экономике;
2. исследовать факторы конкурентной среды, влияющие на развитие предпринимательства;
3. рассмотреть роль конкуренции на повышение конкурентоспособности предприятий
4. провести комплексное исследование деятельности и основных экономических показателей предприятия ООО «Завод «Империя соков»;
5. проанализировать конкурентоспособность ООО «Завод «Империя соков»;
6. рассмотреть основные направления повышения конкурентоспособности исследуемого предприятия.

Методологической базой для написания бакалаврской работы послужили труды отечественных и зарубежных специалистов.

Информационной базой послужили труды отечественных авторов в области менеджмента, такие как: Баринов В.А, Лазаренко А.А, Нацубидзе А.С., Портер М., Сурина К.С, Фатхутдинов Р.А., Пантелеев А.В. и др.

Для проведения аналитических исследований использовались данные финансовой и бухгалтерской отчетности предприятия ООО «Завод «Империя соков».

Практическая значимость работы заключается в возможности использования результатов исследования для укрепления конкурентоспособности продукции производимой на предприятии ООО «Завод «Империя соков».

Структурно выпускная квалификационная работа представлена введением, в котором обозначена проблема, обоснована актуальность работы, поставлена цель и выделены задачи для решения поставленной цели.

Основная часть работы представлена двумя главами, в заключении сделаны выводы по теме исследования, список использованных источников и приложения.

**Основное содержание работы.** Первая глава выпускной квалификационной работы: «Конкуренция как фактор развития предпринимательства», посвящена изучению понятия, сущности, видов и влияния конкуренции на предпринимательство в современной экономике.

В логической последовательности мы рассмотрели понятия конкуренции.

Термин «конкуренция» не применялся в советской экономике. Так, в словаре политической экономики конкуренция определялась как «антагонистическая борьба между частными товаропроизводителями за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров» [27 с.173].

Изучив литературу по теме исследования, рассмотрев современное значение понятия «конкуренция», систематизировав трактовки ведущих отечественных специалистов о сущности, изучаемой категории мы представили их в таблице 3, которая находится в приложении Б.

Приведенные формулировки свидетельствуют о многозначности этого понятия и невозможности выделения обобщающего и соответственно унифицированного определения.

Рассмотрев подходы отечественных исследователей к трактовке категории «конкуренция», которые обобщены в таблице, которая представлена в мы можем выделить несколько основных наиболее часто встречающихся в них положения – это:

- состязательность на рынке в условиях отсутствия монополии;
- состязательные, сопернические отношения между двумя или несколькими экономическими субъектами хозяйственной деятельности, проявляющиеся в виде стремления каждого из них обойти других в достижении единой цели, получить более высокий результат;
- особый вид борьбы, в которой при наличии равных шансов у каждой из претендующих сторон верх одерживает более умелая, предприимчивая сторона;
- соперничество между участниками рынка за лучшие условия производства и реализации продукции;
- наилучшее удовлетворение потребностей покупателей.

В соответствии с различными признаками, мы можем разделить конкуренцию на следующие виды:

1. международная, промышленная, личная, отраслевая, национальная (по величине развития);
2. совершенная, несовершенная (при условиях сопернического равного соотношения на рынке экономики);
3. внутри отрасли, между отраслями (в зависимости от числа хозяйственных субъектов);
4. монополистическая, чистая, олигополистическая (по соотношению предложения и потребления);
5. вертикальная, горизонтальная (относительно спроса, заложенного в товаре) [22].

Рассмотрено понятие конкурентной среды и ее факторов, влияющих на развитие предпринимательства.

Для развития предпринимательства необходимой является конкурентная среда – наличие большого числа производителей – продавцов одинаковой по своему функциональному назначению или взаимозаменяемой продукции. Конкуренция, по общему признанию, является ключевым звеном в предприятия и предпринимательской деятельности целом.

Было проведено исследование по оценке состояния конкуренции в России, по данным Аналитического центра ФАС России в 2018 г. оценка состояния конкуренции позволила выявить, что на российских рынках конкуренция предпринимательства оценивается на умеренном уровне, что сопоставимо с более ранними результатами, проведенными в 2015 г.

В 2016–2018 гг. постоянно увеличивалась доля тех респондентов, которые указывали на сокращение числа конкурентов у предпринимателей, который они представляют, а также доля тех, кто указывал на отсутствие конкуренции или наличие слабой конкуренции.

Роль конкуренции в формировании предпринимательства состоит в выявлении наиболее результативных, эффективных путей развития путем сравнения, отбора лучших способов деятельности.

В современных условиях проблематично получить положительный результат на предприятии, если не планировать его успешное протекание, не аккумулировать непрерывно информацию о собственных перспективах и возможностях, о состоянии целевых рынков, о положении на них конкурентов и конкурентоспособности предприятия.

Формы конкурентной борьбы зависят от сложившихся условий, времени и места, но ее суть всегда одна и та же: захватить большую, чем у конкурента, долю рынка или, по возможности, вытеснить его с рынка.

Цель конкурентной борьбы предполагает достижение конкурентного преимущества, т.е. занятие более прочной конкурентной позиции на рынке, под которой понимается сравнительная характеристика компании и ее товара относительно фирмы-конкурента в разрезе основных рыночных параметров.

В данном случае говорят о конкурентоспособности предприятия и его продукции.

Григорьев М.Н. отмечает, что исследования для выделенной группы приоритетных конкурентов можно рекомендовать проводить в следующих направлениях [10]:

1.Изучение конкурентоспособности продуктов.

2.Оценку конкурентоспособности (сравнительной эффективности) маркетинговой деятельности.

3.Изучение конкурентоспособности фирмы в целом.

Очевидно, что эти все перечисленные выше направления не являются изолированными. Каждое последующее направление в качестве составной части включает предыдущее исследование. Например, изучение конкурентоспособности продукта является составной частью проведения оценки конкурентоспособности маркетинговой деятельности, а последнее входит составной частью в изучение конкурентоспособности предприятия в целом.

Мы считаем, что главной задачей в изучение конкурентоспособности продуктов – это нахождение параметров качества, послепродажного обслуживания, сервиса, цены, которые обуславливают конкурентоспособность изделия, программируя его успех на рынке.

Как правило, усилия направляются на достижение следующих целей:

1. повышение качества;
2. снижение издержек производства;
3. повышение экономичности и оперативности послепродажного оборудования;
4. стимулирование маркетинговых усилий[26].

Следовательно, мы считаем, для того чтобы повысить конкурентоспособность предприятия необходимо:

Во-первых, на целевых сегментах рынка обеспечить конкурентоспособность выпускаемой предприятием продукции.

Конкурентоспособность продукции это такое свойство товара, которое превосходит данный товар в настоящий период времени по качественным и ценовым характеристикам аналогичные товары других предприятий без ущерба для производителя.

Во-вторых, необходимо поднимать конкуренцию самого предприятия и его подразделений, если таковые имеются до уровня мировых производителей в данной отрасли. Это станет залогом успешной работы предприятия в будущем[34].

Подытоживая вышесказанное, следует сказать, что основой конкурентоспособности предприятия, базовым элементом анализа является конкурентоспособность его продукции, главными составляющими которой являются потребительские свойства и цена.

Управлять конкурентоспособностью – значит обеспечивать оптимальное соотношение названных составляющих, направлять основные усилия на решение задач повышения качества продукции (услуг), снижения издержек производства, повышения экономичности и уровня сервиса.

Во второй главе выпускной квалификационной работе: «Особенности развития предприятия ООО «Завод «Империя соков» мы остановились на рассмотрении деятельности предприятия ООО «Завод «Империя соков» рассмотрев его характеристику деятельности и основные экономические показатели.

В качестве практической базы проведенного исследования выступила хозяйственная деятельность ООО «Завод «Империя соков» занимающегося в качестве основного вида деятельности (в соответствии с кодами ОКВЭД) производство соковой продукции из фруктов и овощей.

В ходе написания данной работы был проведен анализ финансовой отчетности рассматриваемого предприятия, в результате чего:

Анализ эффективности управления коммерческой деятельностью рассматриваемой компании показал следующее.



В течение 2017-2018 гг. сумма выручки от основной деятельности предприятия увеличилась на 25 198 тыс. руб.

В 2018 году себестоимость также увеличилась по сравнению с 2017 годом на 12 282 тыс. руб. Сумма чистой прибыли в течение 2017-2018 гг. снизилась на 2 457 тыс. руб. или на 68,6%.

При этом здесь важно добавить то, что в течение рассматриваемого периода времени чистую прибыль компании приносило введение ею основной деятельности. Ведение компанией прочих видов деятельности в течение 2018 г. было убыточно.

Рассчитанные в ходе данного исследования показатели рентабельности деятельности данной компании в целом продемонстрировали снижение уровня ее финансового состояния в течение 2017-2018 гг.

Анализ имущественного положения рассматриваемой компании показал следующее.

В течение 2017-2018 гг. у предприятия наблюдается увеличение его активов в сумме 93 123 тыс. руб. из-за повышения конечных годовых остатков его оборотных и внеоборотных активов в размере, соответственно, 67 402 тыс. руб. и 25 714 тыс. руб.

Рост текущих активов предприятия вызвано, в первую очередь, ростом конечных остатков его дебиторской задолженности в сумме 64 606 тыс. руб.

Увеличение пассивов вызвано, главным образом:

- повышением суммы долгосрочной задолженности предприятия в сумме 83 175 тыс. руб. при росте их удельного веса в структуре пассивов в размере 13,99%;

- снижением суммы постоянных пассивов предприятия сумме 5 364 тыс. руб. при сокращении их удельного веса в размере 8,21%.

- ростом суммы краткосрочной задолженности предприятия в сумме 4 584 тыс. руб. при снижении их удельного веса в структуре пассивов в размере 5,78%;

Анализ деловой активности организации свидетельствует в целом о понижении деловой активности предприятия.

Кроме того, проведенный анализ относительных показателей финансовой устойчивости предприятия в динамике за два года в целом показал рост зависимости предприятия от внешних источников финансирования.

Основным конкурентом ООО «Завод «Империя соков» в г. Вольске является Компания «Плодовое – 2009».

Основным видом деятельности которой является производство соков и нектаров в коробке Тетра Пак объемом 0,2 л и 1 л.

Следовательно, в г. Вольске Саратовской области существует два предприятия по производству соков и нектаров ООО «Завод «Империя соков» и Компания «Плодовое – 2009», далее мы проанализируем конкурентоспособность продукции ООО «Завод «Империя соков» на примере яблочного сока.

По результатам оценки образцов яблочного сока установлено: самым конкурентоспособным изделием в рамках рассматриваемой стратегической группы является образец №1. Данное обстоятельство обеспечило конкурентным преимуществом, как по потребительским показателям, так и по экономическим.

Показатели конкурентоспособности оцениваемого образца №2, №3 и №4 так же имеют высокое значение и приближаются к 1. Что обусловлено хорошими потребительскими свойствами и невысокой ценой. Это то соотношение качество/цена, к которому всегда стремился потребитель.

Таким образом, наиболее известными марками соков и нектаров можно признать брэнды, существующие на рынке в течении довольно длительного срока, имеющие хорошо налаженную систему дистрибуции и рекламную поддержку. Эффективная рекламная поддержка и разветвленная сеть дистрибуции делают эти марки соков и нектаров узнаваемыми большинством российских потребителей.

Каждый регион имеет свою марку сока и нектаров, пользующуюся популярностью в данной области, но малоизвестной на остальной территории. Поэтому, данные марки набрали в среднем более низкий уровень конкурентоспособности.

Обобщив результаты анализа конкурентоспособности продукции ООО «Завод «Империя соков» мы можем сделать вывод, что для достижения конкурентоспособности предприятия на рынке по производству соков и нектаров на предприятии необходим ряд мероприятий:

1. Поиск возможностей снижения издержек, в том числе за счет более выгодных условий поставок сырья.

2. Формирование конкурентной ценовой политики.

Поиск возможностей снижения издержек. Чтобы уменьшить издержки производства необходимо скорректировать систему планирования и анализа затрат на производство.

В этой связи можно рекомендовать перевести планирование основных показателей планирования и анализа затрат в поле системы бюджетирования.

Поиск выгодных условий поставок сырья. Данные обязанности нужно возложить на службу закупок. Эффективная работа отдела напрямую зависит от результатов деятельности, связанной с отслеживанием ситуации на рынке поставщиков, выявлением потенциальных поставщиков и сравнительным анализом с реальными поставщиками. Выполнение данной работы должно носить не разовый, а постоянный характер, так как издержки, связанные с производством ресторанной продукции, имеют тенденцию к росту, а на рынке появляются новые компании, которые могут предложить более выгодные условия поставки сырья.

Обобщение подходов к сравнительному анализу поставщиков при их выборе позволяет выделить главные критерии, на которых рекомендуется строить систему выбора поставщика в для предприятия

Для более гибкой и конкурентоспособной ценовой политики следует:

1. Выстроить ценовую политику в ООО «Завод «Империя соков», предусматривающую стимулирование сбыта (отпускные цены с учетом возможных скидок, ретро-бонусов и т.д.).

2. Наладить, а также регулярно расширять существующую сеть сбыта товара.

3. Работать с крупными ритейлерами напрямую, что обеспечит стабильный объем сбыта и конкурентную цену на полках магазинов.

4. Проводить периодические маркетинговые исследования в сфере безалкогольных напитков страны и в случае необходимости, незамедлительно реагировать на стратегические шаги конкурентов отрасли.

Предложенные направления по нашему мнению, должны повысить конкурентоспособность продукции ООО «Завод «Империя соков», следовательно, само предприятие сократит издержки, тем самым повысит рентабельность, расширит объемы производства, что улучшит экономическую прибыль предприятия, что позволит предприятию повысить известность, имидж и географию продаж своей продукции.

**Заключение.** В данной выпускной квалификационной работе, нами была исследована тема: Роль конкуренции в развитии предпринимательства.

Мы рассмотрели философские подходы к трактовке понятия конкуренции в а также современные отечественные и зарубежные подходы к данному понятию.

Далее мы изучили основные виды конкуренции и понятие конкурентной среды и ее факторов, влияющих на развитие предпринимательства.

Для развития предпринимательства необходимой является конкурентная среда – наличие большого числа производителей – продавцов одинаковой по своему функциональному назначению или взаимозаменяемой продукции. Конкуренция, по общему признанию, является ключевым звеном в предприятия и предпринимательской деятельности целом.

Было проведено исследование по оценке состояния конкуренции в России, в результате которой, мы выяснили, что на российских рынках конкуренция предпринимательства оценивается на умеренном уровне.

Роль конкуренции в формировании предпринимательства состоит в выявлении наиболее результативных, эффективных путей развития путем сравнения, отбора лучших способов деятельности.

В качестве практической базы проведенного исследования выступила хозяйственная деятельность ООО «Завод «Империя соков» занимающегося в качестве основного вида деятельности (в соответствии с кодами ОКВЭД) производство соковой продукции из фруктов и овощей.

По итогам проведенного анализа финансовой устойчивости рассматриваемая компания в течение 2017-2018 гг. находилась в нормальной финансовой устойчивости. В данной ситуации она применяет для покрытия своих материально-производственных запасов и затрат кроме собственного оборотного капитала также и на долгосрочной основе привлеченный капитал. Этот тип финансовой устойчивости определяет максимально желательное для предприятия состояние состояния банкротства. Для чего свойственно то, что величина денежных средств, краткосрочных ценных бумаг и дебиторской задолженности исследуемого предприятия не покрывают даже сумму кредиторской задолженности и просроченных ссуд.

Кроме того, проведенный анализ относительных показателей финансовой устойчивости предприятия в динамике за два года в целом показал рост зависимости предприятия от внешних источников финансирования.

Для оценки конкурентоспособности продукции в данной работе мы провели анализ 4 образцов яблочного сока.

По результатам оценки образцов яблочного сока установлено:

Самым конкурентоспособным изделием в рамках рассматриваемой стратегической группы является образец №1. Данное обстоятельство обеспечило конкурентным преимуществом, как по потребительским

показателям, так и по экономическим.

Показатели конкурентоспособности оцениваемого образца №2, №3 и №4 так же имеют высокое значение и приближаются к 1. Что обусловлено хорошими потребительскими свойствами и невысокой ценой. Это то соотношение качество/цена, к которому всегда стремился потребитель.

Таким образом, наиболее известными марками соков и нектаров можно признать брэнды, существующие на рынке в течении довольно длительного срока, имеющие хорошо налаженную систему дистрибуции и рекламную поддержку. Эффективная рекламная поддержка и разветвленная сеть дистрибуции делают эти марки соков и нектаров узнаваемыми большинством российских потребителей.

Обобщив результаты анализа конкурентоспособности продукции ООО «Завод «Империя соков» мы можем сделать вывод, что для достижения конкурентоспособности предприятия на рынке по производству соков и нектаров на предприятии необходим ряд мероприятий, в результате которых по нашему мнению повысит конкурентоспособность продукции и, следовательно, конкуренцию предприятия в занимаемом им сегменте рынка.

Цель работы достигнута, задачи выполнены в полном объеме.