

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

Балашовский институт (филиал)

Кафедра математики

**Структура конкурентной среды и ее влияние на
экономическое развитие предприятия.**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 5 курса 51к группы
направления подготовки 38.03.01 «Экономика»,
факультета математики, экономики и информатики
Трушкиной Дианы Вячеславовны.

Научный руководитель

Доцент кафедры математик _____ Захаров М. И.
подпись, дата инициалы, фамилия

Зав. кафедрой математики

канд. пед. наук, доцент.

_____ Фурлетова О. А.
должность, уч. степень, уч. звание подпись, дата инициалы, фамилия

Балашов 2019

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования заключается в положении о том, что в современной экономике конкуренция является неотъемлемой частью рыночного механизма.

Повышение конкурентоспособности российских производителей, развитие конкуренции снижают негативные влияния санкций, введенных странами запада. Эти санкции имеют ограничительный характер и являются препятствием для выхода отечественных компаний на международный рынок. К примеру, импортные квоты на российские товары повышены. Несмотря на то, что условия для выхода на иностранные рынки сбыта, трудны для нашей страны, Россия смогла помочь производителям внутри страны, для этого была применена система импортозамещения, которая предполагает не покупку товаров из других стран, а налаживание отечественного производства какого-либо продукта. По аналитическим данным известно, что в 2014-2017 годах доля товаров отечественных производителей возросла до 15,2%.

Так, в наши дни Государственной Думой РФ обсуждается необходимость создания нового закона, благодаря которому государство защищало бы российских производителей от негативного влияния санкций.

В России на сегодняшний день проблема создания конкурентной среды приняла наиболее политическое значение, нежели чем экономическое.

Исследованию вопросов конкуренции в различных секторах экономики посвящены работы многих современных ученых и классиков экономической теории. Основоположниками теории конкуренции считаются известные экономисты классики А. Смит, А. Маршалл, К. Маркс, П. Хейнэ, М. Портер, Ф. Эджуорт, А. Курно, Д. Робинсон, Е. Чемберлин, Й. Шумпетер, Ф. Хайек и др., которые определили ее сущность и влияние на рыночную конъюнктуру, сформировали различные

модели конкуренции и концептуальные основы их практического применения, изучили характер влияния явления конкуренции на экономику страны в целом. Развитие основополагающих концепций теории конкуренции и конкурентной среды получили в работах современных отечественных ученых, таких как В.В. Сурин, Р.С. Сайфулин и др, которые исследовали тенденции развития конкурентных отношений на национальных рынках, В. Копылов, Е.К. Пономарева, работы которых посвящены проблемам регулирования конкуренции. Ученые Г. Азов и И. Багиев выделили конкурентную среду предприятия в структуре маркетинга и определили ее роль как стимулятора экономической активности субъектов хозяйствования и др.

Цель исследования: анализ структуры конкурентной среды и ее влияние на экономическое развитие предприятия, на примере ООО «Алмазово-2016».

Объект исследования: структура конкурентной среды предприятия.

Предмет исследования: воздействие конкурентной среды на экономическое развитие предприятия.

Обозначенная цель предопределила решение следующих **задач:**

1. Рассмотреть сущность, структуру, содержание и виды конкурентной среды.
2. Изучить влияние конкурентной среды на экономическое развитие предприятия.
3. Дать общую характеристику экономико-хозяйственной деятельности предприятия.
4. Проанализировать воздействие конкурентной среды на экономическое развитие ООО «Алмазово-2016».
5. Предложить направления повышения устойчивости ООО «Алмазово» в конкурентной среде.

Для решения поставленных задач были использованы следующие **методы:** методы анализа и синтеза, индукции и дедукции, экономико-

статистические методы, что позволило провести анализ состояния конкурентоспособности предприятия, а также дать оценку его конкурентному потенциалу, что позволило рассмотреть теории конкуренции и конкурентной среды с точки зрения современных условий функционирования экономики. В качестве методологической основы работы выступают постановления Правительства, федеральные законы, труды и монографии различных авторов.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Особенностью функционирования конкурентной среды в деятельности предприятий является их формирование под воздействием микро- и макросреды. Проведенные исследования подтверждают, что конкурентная среда в экономической деятельности предприятий состоит из внутренней (базисной) среды, активной (деловой) микросреды, внешней макросреды, что является своеобразным телом для ведения бизнеса.

Внутренняя среда предприятия складывается из природных, трудовых, финансовых, технических, технологических, организационных и информационных ресурсов. Исходя из них, можно определить миссию предприятия и выполнить функции организации производства, планирования, мотивации и контроля. Активная среда отображает взаимодействие непосредственных участников конкурентной среды в деятельности предприятий, а именно отечественных конкурентов, импортеров, производителей товаров-заменителей, потенциальных конкурентов, поставщиков, потребителей, посредников и правительства. Внешняя макросреда являет собой систему внешних макроэкономических факторов, которые в совокупности создают эффект мультипликатора и в импульсном режиме провоцируют изменения на уровнях деловой и базисной среды. В контексте возможностей повышения конкурентоспособности, как фактора рыночных преимуществ предприятий наибольшее внимание привлекает к себе активная среда.

Проанализируем конкурентную среду ООО «АЛМАЗОВО – 2016».

ООО «АЛМАЗОВО – 2016» в отрасли сельскохозяйственного производства занимает 221 место. Рассмотрим и проанализируем всех ближайших существующих конкурентов ООО «АЛМАЗОВО – 2016» по Саратовской области. Основные конкуренты: ООО «Гранд», ООО «Хлебопродукт», СПК «АГРО – Колос», СА «Камеликская», ООО «Апрель».

Сравнения проводились на данных, представленных системой СБИС (оператор ЭДО, ОФД и EDI-провайдер) и порталом Rusprofile.ru.

Таблица 1. – Анализ конкурентной среды

Место в отрасли	Конкуренты	Факторы конкурентоспособности фирм					
		Качество продукции и услуг	Уровень цены	Ассортимент	Спектр доп.услуг	Реклама	Репутация фирмы
218	ООО «Апрель»	Высокое	Средняя	Узкий	Широкий	Нет	Не известная
219	ООО «Гранд»	Высокое	Высокая	Широкий	Широкий	Нет	Известная
220	ООО «Хлебопродукт»	Высокое	Средняя	Узкий	Узкий	Нет	Не известная
221	ООО «Алмазово – 2016»	Высокое	Средняя	Широкий	Узкий	Нет	Известная
222	СПК «АГРО – Колос»	Высокое	Низкая	Узкий	Узкий	Нет	Не известная
223	СА «Камеликская»	Среднее	Средняя	Широкий	Широкий	Нет	Известная

Таким образом, из таблицы 1 видно, что ООО «АЛМАЗОВО – 2016» по сравнению с другими предприятиями не сильно отстает от них по многим параметрам. Достоинствами является то, что у фирмы высокое качество, широкий ассортимент и средняя цена. СПК «АГРО – Колос» выделяется низкой ценой, высоким качеством продукции, но уступает по широте ассортимента и спектра дополнительных услуг. Предприятие СА «Камеликская» имеет средний уровень цены, широкий ассортимент и широкий спектр дополнительных услуг, но производит продукцию среднего качества. Предприятие СА «Хлебопродукт» производит продукцию высокого качества, уровень цены средний, но уступает по широте ассортимента и спектра дополнительных услуг другим предприятиям. ООО «Гранд» при высоком качестве продукции и широком ассортименте и спектре дополнительных услуг имеет завышенную цену по

сравнению с другими предприятиями. Предприятие ООО «Апрель производит продукцию высокого качества, уровень цены средний, но уступает по широте ассортимента, хотя имеет широкий спектр дополнительных услуг.

Недостатком всех сравниваемых предприятий отрасли сельскохозяйственного производства является то, что предприятия отрасли сельскохозяйственного производства не проводят рекламную деятельность, что существенно отражается на их известности. Известность предприятия – конкуренты заслужили тем, что существуют на рынке Саратовской области довольно длительное время, ООО «Алмазово – 2016» же только с 2016 года начала свою производственную деятельность.

Отметим, соотношение «цена/качество» у продукции данных производителей вполне приемлемо для покупателей. Масштаб конкуренции производителей данной группы – общероссийский рынок и рынки стран СНГ; предмет конкуренции – оптовые заказы на поставку зерновых, зернобобовых, масличных культур. При этом ключевым критерием выбора продукции данных производителей является ее качество, ценовая эластичность спроса минимальна.

Наиболее сложная конкурентная позиция ООО «АЛМАЗОВО – 2016» на рынке в отрасли сельскохозяйственного производства с предприятиями ООО «Гранд» и СА «Камеликская», так как основной вид деятельности у троих компаний абсолютно идентичный (выращивание зерновых, зернобобовых, масличных культур), отличие только в различном спектре дополнительных услуг. ООО «Апрель» специализируется на выращивании однолетних культур, ООО «Хлебопродукт» и СПК «АГРО – Колос» - выращивание зерновых культур.

Рассмотрим долю рынка ближайших существующих конкурентов ООО «АЛМАЗОВО – 2016».

Таблица 2 - Доля рынка конкурентов ООО «АЛМАЗОВО – 2016»

Наименование организации	2017		2018	
	Объем продаж,	Доля	Объем продаж,	Доля

	тыс. руб.	рынка, %.	тыс. руб.	рынка, %
ООО «Апрель»	14467	8,05	34627	16,72
ООО «Гранд»	33344	18,55	34606	16,71
ООО «Хлебопродукт»	47866	26,63	34601	16,71
ООО «Алмазово – 2016»	13409	7,46	34513	16,67
СПК «АГРО – Колос»	26135	14,54	34396	16,61
СА «Камеликская»	44529	24,77	34329	16,58
Всего	179750	100	207072	100

Представим данные таблицы 2 в виде диаграммы (рис 1). Таким образом, из представленных данных, видно, что ООО «АЛМАЗОВО – 2016» увеличила свою долю рынка за год более чем в два раза, не смотря на то что предприятие молодое и находится на стадии становления.

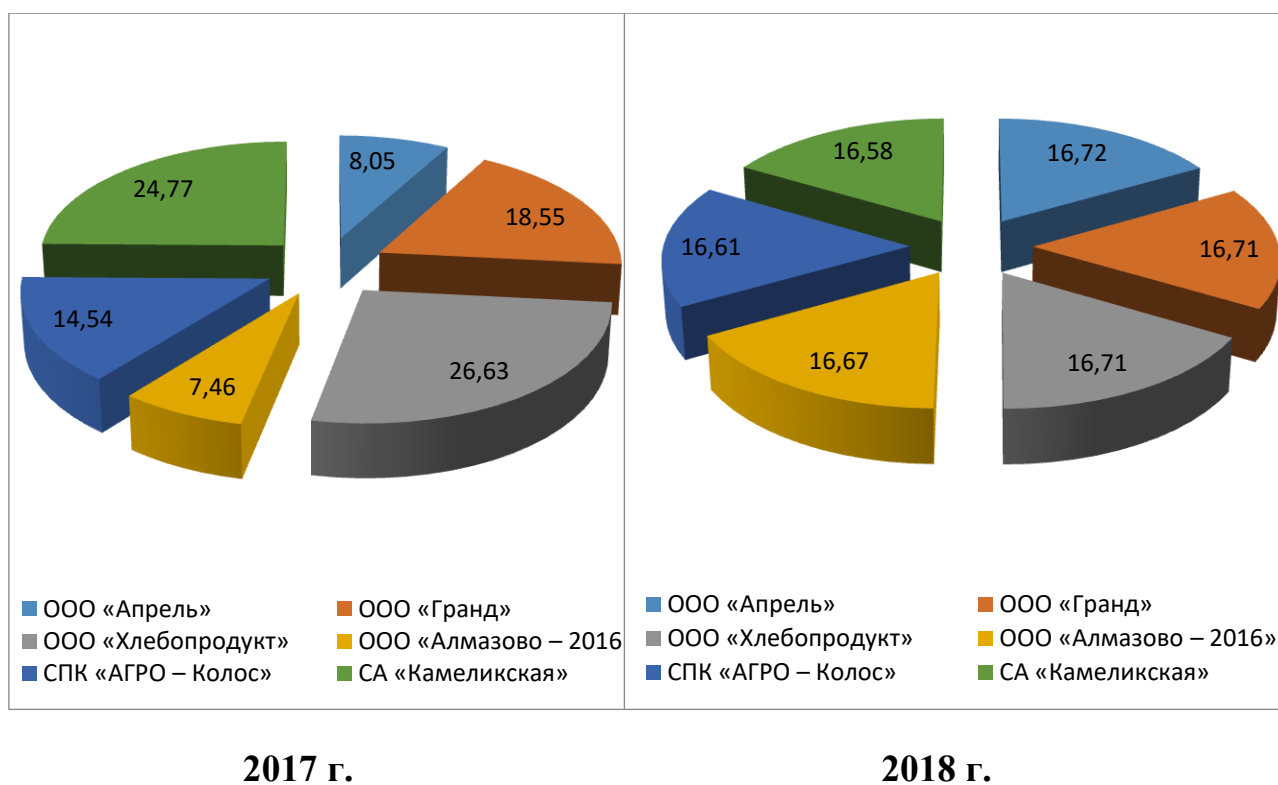


Рисунок 1 – Доля рынка конкурентов ООО «АЛМАЗОВО – 2016»

Для формирования комплексной картины отраслевой конкуренции в сельскохозяйственном производстве, в специализации выращивания зерновых, зернобобовых, масличных культур в Российской Федерации нами использована модель пяти конкурентных сил М. Портера.

Очевидно, что в различных отраслях на первый план выходят особые конкурентные силы. Это зависит от базовой технической или экономической структуры каждой отрасли. Так, наиболее влиятельными конкурентными силами российского рынка сельскохозяйственного производства, в специализации выращивания зерновых, зернобобовых, масличных культур являются: интенсивность соперничества, угроза входа на рынок новых участников и рыночная власть поставщиков.

Отметим, развитие конкурентных отношений в сельском хозяйстве зависит от особенностей данной отрасли, в которой главным средством производства выступает земля. Это свободно не воспроизводимый и ограниченный фактор производства. Ограниченность, неэластичность предложения земли выступает причиной специфического ценообразования.

Экспертным путем установленный Б. Кошелевым и М. Червонных, удельный вес каждого фактора, определяющий его влияние на привлекательность отрасли: угроза интенсивности соперничества – 0,30, угроза входа на рынок новых участников – 0,25, рыночная власть поставщиков – 0,20, рыночная власть покупателей – 0,15, угроза появления товаров-субститутов – 0,1.

Последовательно рассмотрим конкурентные силы российского аграрного рынка, специализирующегося на выращивании зерновых, зернобобовых, масличных культур проанализировав критичные для них характеристики. Влияние каждого конкурентного фактора оценим по 10-балльной шкале от 0 (крайне непривлекателен) до 10 (крайне привлекателен).

1) Угроза интенсивного соперничества. Построенная выше таблица группы стратегических конкурентов явно иллюстрирует интенсивность соперничества между основными конкурирующими группами производителей. Влияние данного фактора по шкале привлекательности оценивается в 4 балла.

2) Угроза входа на рынок новых участников. На российском аграрном рынке, специализирующимся на выращивании зерновых,

зернобобовых, масличных культур присутствуют на сегодняшний день относительно высокие барьеры для входа в отрасль, и в первую очередь это выражается в необходимости крупных инвестиций для формирования производственной, технической базы, покупка паев или их аренда, закупка сельскохозяйственной техники, складов, мастерских и т. д. , в том числе и для привлечения дефицитного высококвалифицированного персонала аграрных предприятий. Наиболее важным барьером входа в данную отрасль является природно-климатические условия региона (засухи, неплодородные почвы), что является существенным риском для сельскохозяйственной деятельности. Влияние данного фактора оценивается в 7 баллов.

3) Рыночная власть поставщиков. Поставщики отрасли сельского хозяйства (растениеводства) обладают значительной рыночной властью, поскольку в ней доминирует небольшое число компаний, это и поставщики тракторов и зерноуборочных комбайнов, и поставщики минеральных удобрений и ядохимикатов. Выражением рыночной власти поставщиков является повышение цен поставок, что приводит к значительному уменьшению прибыльности производителей аграрного рынка, специализирующегося на выращивании зерновых, зернобобовых, масличных культур, не имеющих возможности перенести более высокие затраты на издержки производства. Привлекательность данного фактора оценивается в 5 баллов.

4) Рыночная власть покупателей. Рыночная власть покупателей на российском аграрном рынке, специализирующимся на выращивании зерновых, зернобобовых, масличных культур не является столь значительной. Это обусловлено в первую очередь тем, что, как правило, в отрасли аграрной продукции, реализуется по биржевым или договорным ценам. Потребителями являются заводы, занимающиеся переработкой, упаковкой и дальнейшим сбытом продукции зерновых, бобовых и масличных культур конечному потребителю. В настоящее время в нашей стране существует большая зависимость аграрных производителей от их

покупателей, и зачастую заводы диктуют свои условия сельскохозяйственным организациям, что лишний раз говорит о необходимости роста и развития через поддержку на государственном уровне сельскохозяйственных производителей. Таким образом, потребителями являются отдельные физические лица и предприятия, использующие продукцию АПК для дальнейшей переработки. Привлекательность данного фактора оценивается в 8 баллов.

5) Угроза появления субститутов. В настоящее время в аграрной отрасли специализирующейся на выращивании зерновых, зернобобовых, масличных культур не наблюдается значительной угрозы с точки зрения товаров-субститутов. Для продукции, производимой сельскохозяйственными предприятиями, угроза появления заменителей в большей степени отсутствует. Привлекательность данного фактора оценивается в 9 баллов.

Таким образом, конкурентная привлекательность аграрного рынка, специализирующегося на выращивании зерновых, зернобобовых, масличных культур в настоящее время по экспертной оценке превышает средний уровень и составляет 6,05 балла (табл.3).

Таблица 3 – Факторы привлекательности аграрного рынка, специализирующегося на выращивании зерновых, зернобобовых, масличных культур

№ п/п	Фактор	Вес фактора	Оценка, баллы	Ценность (вес*оценка)
1	Угроза интенсивности соперничества	0,30	4	1,20
2	Угроза входа на рынок новых участников	0,25	7	1,75
3	Рыночная власть поставщиков	0,20	5	1,00
4	Рыночная власть покупателей	0,15	8	1,20
5	Угроза появления товаров-субститутов	0,10	9	0,09
	ИТОГО			6,05

Проведенное исследование показывает наличие значительной конкуренции; при этом существуют возможности появления новых конкурентов достаточно высоки.

Итогом анализа структуры конкурентной среды является SWOT-анализ. SWOT-анализ конкурентной среды подразумевает определение сильных и слабых сторон предприятия, возможностей, рисков и выстраивание взаимосвязей между ними.

Цель SWOT-анализа конкурентной среды – определение основополагающих факторов, которые следует принимать в расчет, когда прорабатывается стратегия. Полученные при анализе данные непосредственно влияют на стратегические решения.

SWOT-анализ конкурентной среды дает ответы на вопросы:

- Используются ли предприятием его внутренние сильные стороны или отличительные преимущества в стратегии? Какие из потенциально сильных сторон компании могут стать отличительными преимуществами при условии, что таких нет?
- Можно ли считать слабости компании ее уязвимыми местами? Или они не дают шансов использовать определенные возможности?
- Какие угрозы должны беспокоить компанию больше, чем все остальные?

Отметим, SWOT-анализ конкурентной среды не дает точных и оформленных рекомендаций или конкретных ответов. SWOT-анализ конкурентной среды дает возможность увидеть и оценить ключевые факторы и различные события.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Конкурентная среда – это совокупность его профессиональных участников – компаний, а также других предприятий с аналогичным продуктовым корзиной, взаимоотношения которых по поводу реализации собственных экономических интересов и ограничения конкурентного влияния отдельных операторов на конъюнктуру рынка определяют интенсивность конкуренции на рынке и уровень его развития.

Факторы, которые действуют на уровне государства, отрасли и товара, непосредственно влияют на уровень конкурентоспособности предприятий, но

не являются единым центром их формирования, поскольку важное значение в этом процессе имеют и другие факторы, а также рыночные силы, потребности покупателей продукции и возможности самих производителей. Так, в экономике различают три вида конкурентных сред, в зависимости от того, кто контролирует цены: 1) конкурентная среда, в которой цены контролируются рынком, 2) конкурентная среда, в которой цены контролируются самим предприятием, 3) конкурентная среда, в которой цены контролируются правительством.

Конкурентные позиции компании, по мнению М. Портера, определяются пятью факторами внешней среды: 1) соперничество в сегменте; 2) рыночная власть поставщиков; 3) рыночная власть покупателей; 4) риск возникновения товаров или услуг-заменителей; 5) угроза появления новых конкурентов.

Компании постоянно находятся в условиях конкурентной борьбы, поэтому необходимо детально рассматривать конкурентов, анализировать их показатели, и на основе полученной информации принимать своевременные и обоснованные решения в пользу повышения конкурентоспособности своей организации.

Анализ организации и деятельности ООО «Алмазово-2016» показал, что предприятие относится к отрасли сельского хозяйства, основным видом деятельности является выращивание зерновых (кроме риса), зернобобовых культур и семян масличных культур.

Оценка бизнеса позволила выявить положительные финансовые результаты: высокая степень ликвидности и финансовой устойчивости. Но в целом показатели указывают на непростую финансовую ситуацию на предприятии, поэтому необходимо навести финансовую дисциплину и ввести более жесткую финансовую политику. Немаловажной задачей является и сокращение затрат на производство, т.е. снижение себестоимости продукции.

Анализ структуры конкурентной среды показал, что ООО «Алмазово-2016» ООО «АЛМАЗОВО – 2016» по сравнению с другими предприятиями не сильно отстает от них по многим параметрам. Достоинствами является то, что у

фирмы высокое качество, широкий ассортимент и средняя цена. За год более чем в два раза увеличила свою долю рынка, не смотря на то что предприятие молодое и находится на стадии становления. Но на аграрном рынке присутствует значительная конкуренция, и при этом существуют возможности появления новых конкурентов достаточно высоки.

Проанализировав основные экономические теории в области конкуренции и конкурентной среды, можно выделить следующие направления роста конкурентоспособности предприятия в отрасли сельского хозяйства: 1) повышение производительности труда и уровня технологичности (технической оснащенности); 2) повышению уровня квалификации специалистов; 3) наращивание сравнительных преимуществ (увеличение урожайности, и качества сельскохозяйственных культур); 3) формирование доступа к рынкам сбыта, в том числе экспортная ориентированность; 4) развитие технологий и эффективности системы управления; 5) учет в конкурентной борьбе масштабов и потенциальной мощности организаций сельскохозяйственной отрасли.

Проблемы конкурентоспособности и ее повышения на рынке являются одними из самых важных. Компании должны поддерживать свои сильные стороны и стараться устранять недостатки. Это способствует дальнейшему росту и удержанию занимаемых конкурентных позиций на аграрном рынке, специализирующемся на выращивании зерновых, зернобобовых, масличных культур.