

## КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА ПРЕДПРИЯТИЯ И ПРОЦЕДУРА ЕЕ АНАЛИЗА

### COMPETITIVE ENVIRONMENT COMPANIES AND PROCEDURE OF ITS ANALYSIS

*N. Skornichenko*

#### Annotation

The paper studies the essence and structure of the competitive environment of the enterprise, as well as in the paper, we consider the need for analysis of the competitive environment. A universal procedure of analysis of the competitive environment of the enterprise, including the main trends and the most effective methods of analysis.

**Keywords:** competition, competitive enterprise environment, the structure of the competitive environment, the analysis of the competitive environment.

**Скорниченко Наталья Николаевна**  
К.э.н., доцент, ФГБОУ ВПО  
"Поволжский государственный  
университет сервиса", Тольятти

#### Аннотация

Статья посвящена изучению сущности и структуры конкурентной среды предприятия, а также в работе рассматривается необходимость проведения анализа конкурентной среды. Предложена универсальная процедура анализа конкурентной среды предприятия, включающая в себя основные направления и наиболее эффективные методы анализа.

#### Ключевые слова:

Конкуренция, конкурентная среда предприятия, структура конкурентной среды, анализ конкурентной среды.

**В** настоящее время одной из основных задач развития экономики России становятся монополизация и всемирное содействие развитию конкурентной среды, как на отдельных товарных рынках, так и в масштабах региональных экономик. Степень развития конкуренции может быть оценена по довольно широкому спектру характеристик, среди которых следует рассматривать и набор параметров товарных рынков.

Анализ конкурентной среды предприятия является одной из составляющих стратегического маркетингового анализа и может рассматриваться как средство, метод и инструментарий всестороннего исследования конкурентных отношений в отрасли [2].

В экономической литературе представлены разнообразные интерпретации понятия "конкуренция", исходя из которых можно сформулировать определения понятия "конкурентная среда". Основные подходы к понятию "конкуренция" отражены на **рис.1**.

Каждый из подходов, представленных на **рис.1**, обладает определенной спецификой и описывает лишь отдельные аспекты исследуемой категории. По нашему мнению, очевидными аспектами (признаками), которые должны найти отражение в определении понятия "конкурентная среда", являются следующие [1]:

- ◆ принцип состязательности на рынке в условиях отсутствия монополии;
- ◆ наличие отношений между субъектами рынка;
- ◆ наличие стремления участников рынка к повышению эффективности своей деятельности (целенап-

равленность деятельности);

- ◆ наличие на рынке условий, влияющих на доступ субъектов к лучшим условиям производства и реализации продукции;
- ◆ способность участников рынка влиять друг на друга и на ситуацию в целом.

*Принимая во внимание основные существующие подходы к определению понятия конкурентной среды, сформулируем ее обобщающее определение.*

**Конкурентная среда** – это совокупность условий функционирования предприятий, формируемых в результате наличия между ними состязательных отношений и определяющих перспективы получения прибыли на основе завоевания и удержания позиции на рынке, возможность и степень влияния каждого из них на рыночную ситуацию в целом, а также совокупность этих предприятий, заинтересованных в достижении единой цели путем производства и реализации аналогичных товаров.

Конкурентная среда формируется не только внутриотраслевыми конкурентами, производящими аналогичную продукцию и реализующими ее на одном и том же рынке. Субъектами конкурентной среды являются также предприятия, которые могут войти на рынок и предприятия, которые производят замещающий продукт. Кроме них, на конкурентную среду предприятия оказывают заметное влияние ее покупатели и поставщики, которые, обладая силой к торгу, могут заметно ослабить его позицию на по-



Рисунок 1. Основные подходы к определению понятий "конкуренция" и "конкурентная среда".

ле конкуренции [3].

Конкурентная среда предприятия формируется в результате воздействия на рынок множества разнообразных факторов, характеризующихся определенной сферой действия, временным периодом и интенсивностью. Структура конкурентной среды предприятия представлена на рис. 2.

Принимая во внимание основные существующие подходы к определению понятия конкурентной среды, сформулируем ее обобщающее определение.

Конкурентная среда – это совокупность условий функционирования предприятий, формируемых в результате наличия между ними состязательных отношений

и определяющих перспективы получения прибыли на основе завоевания и удержания позиции на рынке, возможность и степень влияния каждого из них на рыночную ситуацию в целом, а также совокупность этих предприятий, заинтересованных в достижении единой цели путем производства и реализации аналогичных товаров.

Конкурентная среда формируется не только внутриотраслевыми конкурентами, производящими аналогичную продукцию и реализующими ее на одном и том же рынке. Субъектами конкурентной среды являются также предприятия, которые могут войти на рынок и предприятия, которые производят замещающий продукт. Кроме них, на конкурентную среду предприятия оказывают заметное

влияние ее покупатели и поставщики, которые, обладая силой к торгу, могут заметно ослабить его позицию на поле конкуренции [3].

Конкурентная среда предприятия формируется в результате воздействия на рынок множества разнообразных факторов, характеризующихся определенной сферой действия, временным периодом и интенсивностью. Структура конкурентной среды предприятия представлена на рис. 2.

Непосредственной целью анализа конкурентной среды является распознавание и определение характера и причин отклонений в состоянии конкурентной среды, а также систематизация и структуризация данной информации таким образом, чтобы она была пригодна для прогнозирования развития рынка в перспективе и могла бы использоваться как фундамент для разработки конкурентной стратегии в целях реализации конкурентных преимуществ предприятия. Рассматривая конечную цель анализа конкурентной среды предприятия, можно сказать, что он направлен на изучение возможностей предприятия организовывать и развивать основной вид деятельности в реальных условиях с учетом нестабильности факторов внешней среды и их неопределенности.

В рамках достижения поставленных целей можно выделить следующие задачи конкурентного анализа:

- ◆ оценка источников и путей достижения конкурентных преимуществ;
- ◆ определение маркетинговых возможностей по достижению конкурентных преимуществ;

- ◆ характеристика возможных стратегий достижения конкурентных преимуществ;
- ◆ оценка ответных действий конкурентов.

Можно выделить следующие основные этапы проведения конкурентного анализа: сбор информации; систематизация полученных данных; первичный анализ (классификация источников информации по степени надежности, пополнение данных о конкурентах, тематические обзоры, сравнительный анализ конкурентов); передача обработанной информации должностным лицам для выработки стратегии; сравнительный анализ конкуренции для выработки стратегии [5].

Осуществление полноценного комплексного анализа конкурентной среды предприятия требует совместного использования методов, разнообразных по своей природе и обеспечивающих получение информации, характеризующей объект исследования – конкурентную среду – с точки зрения различных аспектов.

Представим универсальную процедуру анализа конкурентной среды предприятия, включающую в себя основные направления анализа и наиболее эффективные методы анализа (рис. 3).

Данная процедура предполагает проведение анализа посредством реализации следующих пяти этапов:

1. Анализ условий конкуренции в отрасли;
2. Анализ конкурентоспособности предприятия;
3. Анализ конкурентных стратегий предприятия и его конкурентов;

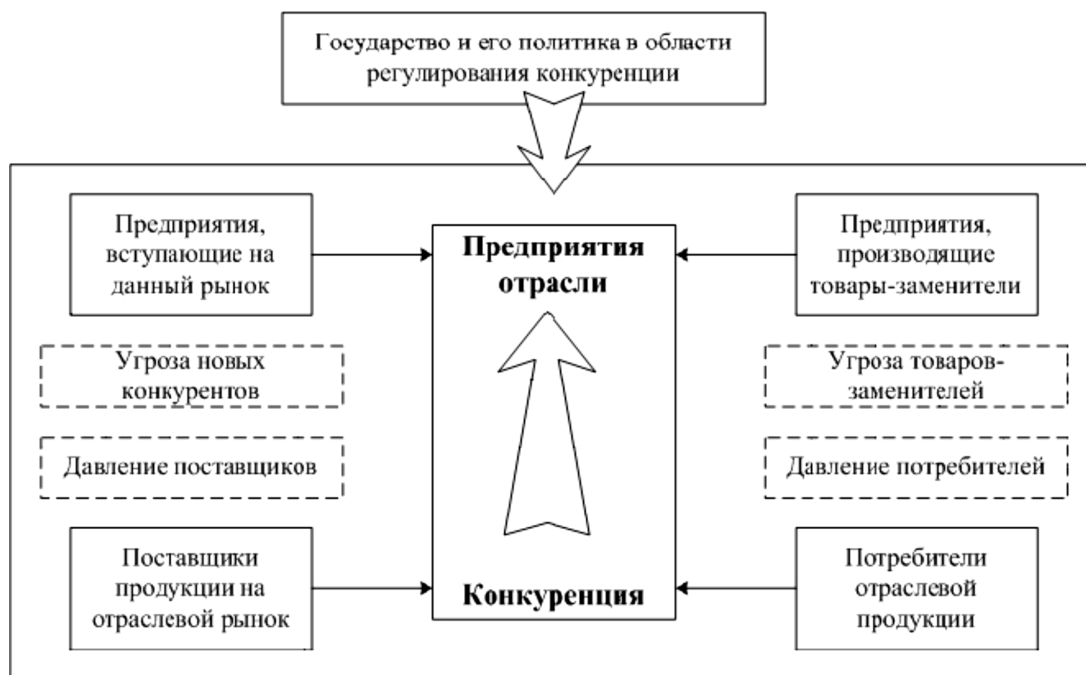


Рисунок 2. Основные подходы к определению понятий "конкуренция" и "конкурентная среда".

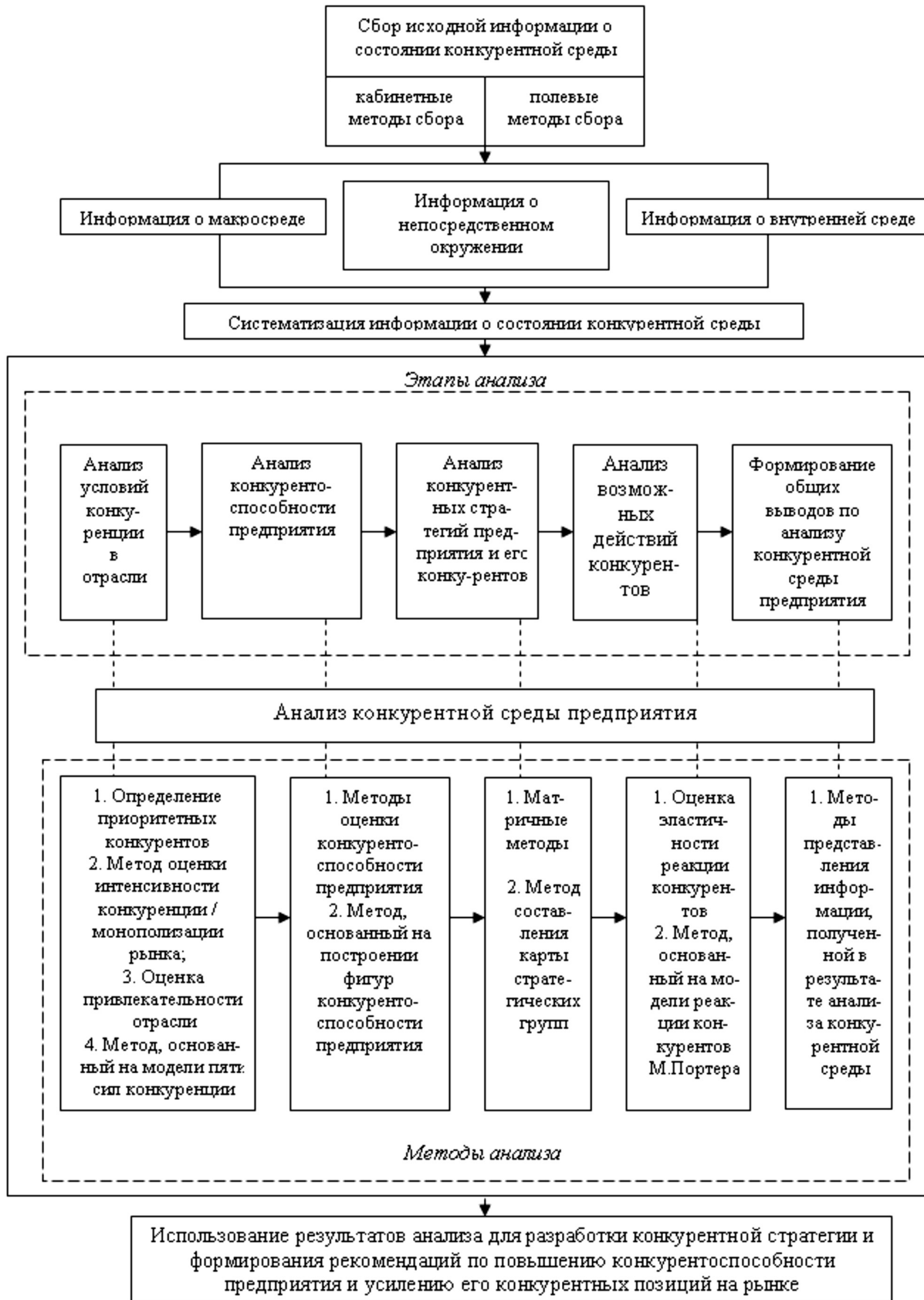


Рисунок 3. Процедура анализа конкурентной среды предприятия.



Рисунок 4. Использование результатов анализа конкурентной среды в стратегическом управлении предприятием.

4. Анализ возможных действий конкурентов;
5. Формирование общих выводов по анализу конкурентной среды предприятия.

Разработанная процедура включает общий перечень основных методов анализа конкурентной среды. Выбор методов осуществляется предприятием, исходя из целей анализа, специфики ситуации в отрасли, особенностей политики предприятия и особенностей производимых товаров или услуг.

Систематическое проведение конкурентного анализа по представленной процедуре позволит предприятию, во-первых, адекватно оценивать изменения, происходящие в условиях конкурентной борьбы на рынке, во-вторых, выявлять потенциальные угрозы для текущей и будущей деятельности и, в-третьих, обнаруживать потенциальные возможности для реализации собственных стратегических целей [4].

Использование результатов конкурентного анализа является немаловажным условием стабильного развития предприятия в долгосрочном периоде, поэтому изучение

конкурентной среды имеет большое значение в системе стратегического управления предприятием. Связь элементов стратегического управления, в различной степени связанных с анализом конкурентной среды предприятия, представлена на рис. 4.

Конечной целью анализа конкурентной среды является формирование информационно-аналитической базы для принятия управленческих решений в области реализации его конкурентных преимуществ и повышения его конкурентоспособности посредством выработки (совершенствования) такой стратегии, которая позволила бы усилить позиции предприятия на рынке.

Таким образом, анализ конкурентной среды является одним из важнейших приоритетов маркетинговой деятельности, одним из наиболее значимых направлений маркетингового анализа предприятия, обеспечивающим ему возможность своевременно предпринимать эффективные в конкретных условиях динамичной внешней среды действия по сохранению и укреплению собственного положения в отрасли.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Айдаров Д.В. Совершенствование методики оценки процессов системы менеджмента качества предприятия-поставщика автокомпонентов: диссертация на соискание ученой степени кандидата технических наук / Самарский государственный аэрокосмический университет им. С.П. Королева. Тольятти, 2011.
2. Ерохина Л.И. Социально-экономические аспекты развития региональной экономики: монография / [Ерохина Л.И. и др.]; под общ. ред. Ерохиной Л.И. – Москва, 2013 –316 с.
3. Курносова Е.А. Обеспечение конкурентоспособности предприятий сферы услуг: формирование инновационного поведения // Российский экономический интернет-журнал. 2009. № 1. С. 598 – 607.
4. Курносова Е.А. Хасьянов И.И. Формирование финансовой стратегии предприятий малого бизнеса // Вестник Самарского государственного университета. 2015. № 5 (127). С. 65–68.
5. Ленгинович С. Г. Конкурентная среда: методы исследования // Экономическая наука и практика: материалы III междунар. науч. конф. (г. Чита, апрель 2014 г.). – Чита: Издательство Молодой ученый, 2014. – С. 88–91.
6. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 05.10.2015) "О защите конкуренции" (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.01.2016) – [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61763/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/)