

РАЗВИТИЕ И ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Пулатова Хуснора Акмал кизи
Магистр кафедры «Финансы и цифровой экономики»
СМОП между ТГЭУ и УрГЭУ
E-mail: polatovah070@gmail.com

Аннотация: в статье рассмотрена организационно–экономическая деятельность ООО "N-БЕК". Проведен анализ финансово–хозяйственной деятельности предприятия, благодаря которому мы узнали о финансовых проблемах данной компании. С помощью SWOT–анализа выявлены сильные и слабые стороны предприятия. Также проведен анализ конкурентных сил («Пять сил Портера») и выполнено сравнение с конкурентами.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, SWOT-анализ, деятельность, рынок, оценка.

Вводная часть.

В настоящее время развитие и повышение конкурентоспособности предприятия является одной из важнейших проблем в условиях современного рынка, где определяющую роль играет способность предприятия устойчиво функционировать и развиваться, предоставлять конкурентоспособные и качественные услуги, иметь определенные преимущества с целью обеспечения возможности конкурирования с другими организациями. Особо актуализируется анализ и повышение конкурентоспособности для предприятий тех отраслей экономики, для которых характерна высокая эластичность спроса, зависящая от различных факторов, что в полной мере относится к предприятиям производства литья прочих цветных металлов. К тому же предпринимательская деятельность в этой сфере характеризуется высокой степенью конкуренции. Необходимость в повышении конкурентоспособности организаций обусловлена тем, что они заинтересованы в результатах своей деятельности, это в свою очередь требует

налаживания всех служб и подразделений. Конкурентоспособность – один из самых важных факторов, который определяет способность компании или организации выжить в «суровых условиях».

Аналитическая часть.

ООО «N-БЕК» осуществляет свою деятельность с 2017 года и зарегистрировано по адресу: г. Ташкент, Шайхантахурский район, 1726277.

Компания зарегистрирована 20.06.2017 года с ИНН 307492713 Центром государственных услуг – 18. Видом деятельности является литье других цветных металлов – (24540).

ООО «N-БЕК» – это компания, в штате которой около 350 человек, объединенных единой идеей.

Компания ООО “N-БЕК” занимается литьем изделий из цветных металлов по эскизам и чертежам заказчика:

- Литьё в кокиль и в сухую форму.
- По согласованию с заказчиком делает нулевые операции, при необходимости проводит термообработку, для латуней и бронз - отжиг.
- Использование стержней из холодно твердеющих смесей позволяет получать сложные отливки с внутренними полостями.
- Есть возможность изготовления деревянной модельной оснастки.

У компании ООО “N-БЕК” имеются более 10 конкурентов. Основными конкурентами являются:

- СП ООО «AZIA METALL PROF»;
- ООО «METAL EAST».

По результатам анализа конкурентов в сфере литейного производства по рисунку 1, можно сделать следующие выводы относительно доли рынка:

СП ООО «AZIA METALL PROF» занимает наибольшую долю рынка среди всех конкурентов – 35%. Это указывает на его сильное присутствие и возможностей для роста. СП ООО «AZIA METALL PROF» является основным конкурентом, с которым необходимо учитывать в планировании стратегии.

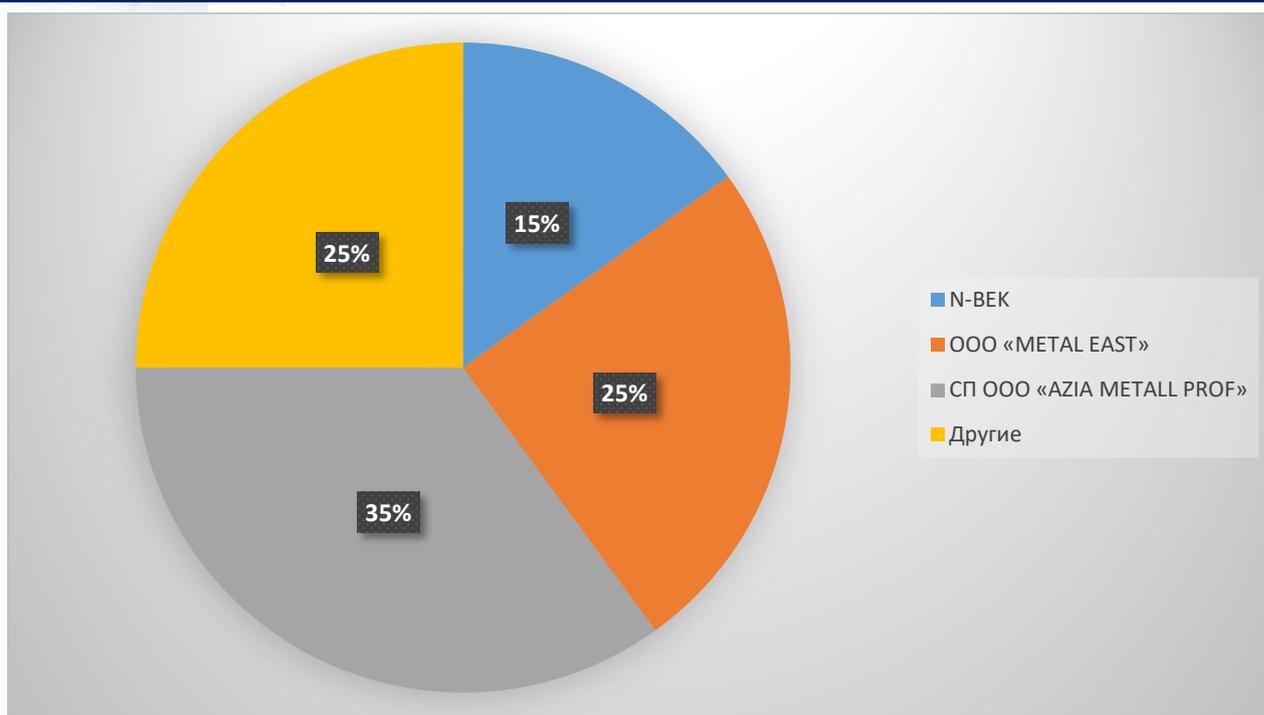


Рисунок 1 – Анализ конкурентов в процентном соотношении доли рынка

По результатам анализа конкурентов в сфере литейного производства по рисунку 1, можно сделать следующие выводы относительно доли рынка:

СП ООО «AZIA METALL PROF» занимает наибольшую долю рынка среди всех конкурентов – 35%. Это указывает на его сильное присутствие и возможности для роста. СП ООО «AZIA METALL PROF» является основным конкурентом, с которым необходимо учитывать в планировании стратегии.

Компания ООО «METAL EAST» занимает лидирующую позицию на рынке литейного производства, удерживая 25% долю рынка. Это указывает на существенное конкурентное преимущество и сильное присутствие компании в отрасли.

Наш объект, «N-БЕК», имеет долю рынка в размере 15%. Хотя она не так высока, как у других двух "гигантов" рынка, компания все равно является значимым игроком и имеет свою клиентскую базу и преимущества.

Оставшиеся 25% доли рынка приходятся на других независимых конкурентов. Хотя каждый из них имеет относительно небольшую долю рынка, их суммарный вклад все равно является значимым.

В целом, важно учитывать, как лидеров рынка, так и менее значимых

конкурентов при разработке стратегии литейного производства. Анализ доли рынка помогает определить конкурентные позиции и выявить преимущества каждой компании, что в свою очередь может помочь в принятии взвешенных решений и формулировке конкурентных стратегий.

Для проведения более детального анализа конкурентоспособности ООО “N-БЕК”, рекомендуется использовать SWOT-анализ для выявления сильных и слабых сторон компании, а также возможности и угрозы, с которыми эта компания сталкивается (табл.1).

Заключительная часть.

На основе проведенного SWOT-анализа компании можно сделать следующие выводы:

Сильные стороны (Strengths): Компания обладает современным техническим оборудованием, опытным персоналом с высокими техническими навыками, хорошей репутацией на рынке и гибкостью производства. Эти факторы являются основой для конкурентных преимуществ, повышают качество продукции и обеспечивают доверие клиентов.

Слабые стороны (Weaknesses): Однако компания также сталкивается с некоторыми слабыми сторонами, включая зависимость от поставщиков, ограниченные ресурсы, конкуренцию на рынке и возможные проблемы с качеством. Для устранения этих недостатков компании потребуется управлять поставками, привлекать дополнительные ресурсы, разрабатывать маркетинговые стратегии и улучшать системы контроля качества.

Возможности (Opportunities): Компания может использовать возможности роста рынка, развития новых продуктов, выхода на международные рынки, установления партнерств и сотрудничества, а также реагировать на экологические требования. Путем активного освоения этих возможностей, компания может расширить свою клиентскую базу, повысить конкурентоспособность и обеспечить устойчивый рост.

Угрозы (Threats): Компания должна учитывать возможные угрозы со

стороны конкурентов, изменений в законодательстве, роста цен на сырье и энергию, технологических изменений и геополитических факторов. Чтобы успешно справиться с этими угрозами, компания должна быть гибкой, инновационной и адаптироваться к изменяющимся условиям рынка.

Таблица 1 – SWOT-анализ ООО “N-БЕК”⁴⁶

Сильные стороны (Strengths)	Слабые стороны (Weaknesses)
Техническое оборудование: Наличие современного и высокотехнологичного оборудования;	Зависимость от поставщиков: Недостаточная диверсификация поставщиков сырья и материалов;
Технические навыки и экспертиза: Наличие опытного и высококвалифицированного персонала, обладающего техническими знаниями и навыками в области литья;	Ограниченные ресурсы: Недостаточность финансовых и человеческих ресурсов может ограничивать возможности расширения производства или внедрения новых технологий;
Репутация и доверие клиентов;	Конкуренция на рынке;
Гибкость производства: Способность быстро адаптироваться к изменяющимся требованиям клиентов;	Ограниченный рынок сбыта;
Инновации и исследования: Возможность инноваций и проведения исследований для постоянного улучшения производственных процессов.	Возможные проблемы с качеством: Если в компании недостаточно строгих контрольных процедур и системы управления качеством.
Возможности (Opportunities)	Угрозы (Threats)
Рост рынка: Повышение спроса на продукцию из литейного производства, связанное с развитием индустрии или внедрением новых технологий;	Конкуренция со стороны больших игроков: Соперничество с крупными компаниями, которые имеют большие ресурсы и более широкий ассортимент;
Инновации и развитие новых продуктов: Внедрение новых технологий и разработка инновационных продуктов позволяют компании расширять ассортимент, привлекать новых клиентов и повышать конкурентоспособность;	Возможные изменения в законодательстве: Введение новых правил и нормативов, таких как экологические требования или стандарты качества, может повлиять на производственные процессы;
Международный рынок: Возможность выхода на международные рынки позволяет расширить клиентскую базу и увеличить объемы продаж;	Рост цен на сырье и энергию: Возможное повышение цен на нефть, металлы и энергию может снизить прибыльность компании;
Партнерство и сотрудничество: Установление партнерских отношений с другими компаниями или поставщиками может обеспечить доступ к новым ресурсам, технологиям и рынкам.	Технологические изменения: Быстрое развитие технологий и появление новых методов производства могут требовать значительных инвестиций в обновление оборудования и обучение персонала, чтобы оставаться конкурентоспособными.

⁴⁶ Разработано на основе данных ООО “N-БЕК”

Возможности (Opportunities): Компания может использовать возможности роста рынка, развития новых продуктов, выхода на международные рынки, установления партнерств и сотрудничества, а также реагировать на экологические требования. Путем активного освоения этих возможностей, компания может расширить свою клиентскую базу, повысить конкурентоспособность и обеспечить устойчивый рост.

Угрозы (Threats): Компания должна учитывать возможные угрозы со стороны конкурентов, изменений в законодательстве, роста цен на сырье и энергию, технологических изменений и геополитических факторов. Чтобы успешно справиться с этими угрозами, компания должна быть гибкой, инновационной и адаптироваться к изменяющимся условиям рынка.

На основе SWOT-анализа, компания может разработать стратегический план, который учитывает ее сильные стороны, устраняет слабые стороны, максимизирует возможности и справляется с угрозами. Это позволит компании укрепить свою позицию на рынке литейного производства и достичь устойчивого роста.

Таблица 2 - Оценка уровня конкуренции внутри отрасли

Параметр оценки	Оценка параметра		
	3	2	1
Количество игроков	высокий уровень насыщения рынка	средний уровень насыщения рынка (3-10)	небольшое количество игроков (1-3)
			1
Темп роста рынка	стагнация или снижение объема рынка	замедляющийся, но растущий	высокий
		2	
Уровень дифференциации продукта на рынке	компания продает стандартизированный товар	товар на рынке стандартизирован по ключевым свойствам, но отличается по дополнительным преимуществам	продукты компаний значительно отличаются друг от друга
		2	

Ограничения в повышении цен	жесткая ценовая конкуренция, отсутствует возможность повышения цен	есть возможность к повышению цен только в рамках покрытия роста затрат	всегда есть возможность к повышению цен в рамках покрытия роста затрат и повышения прибыли
	3		
Итоговый балл	8		
4 балла	низкий уровень внутриотраслевой конкуренции		
5-8 баллов	средний уровень внутриотраслевой конкуренции		
9-12 баллов	высокий уровень внутриотраслевой конкуренции		

При оценке уровня внутриотраслевой конкуренции было получено итоговое значение 8%, указывающее на средний уровень конкуренции внутри отрасли.

Таблица 3 - Оценка уровня угрозы новых конкурентов на рынке

Параметр оценки	Оценка параметра		
	3	2	1
Экономия на масштабе при производстве товара или услуги	Отсутствует	существует только у нескольких игроков рынка	значимая
		2	
Сильные марки с высоким уровнем знания и лояльности	отсутствуют крупные игроки	2-3 крупных игрока держат около 50% рынка	2-3 крупных игрока держат более 80% рынка
		2	
Дифференциация продукта	низкий уровень разнообразия услуги	существуют микронизи	все возможные ниши заняты игроками
		2	
Уровень инвестиций и затрат для входа в отрасль	низкий (окупается за 1-3 месяца работы)	средний (окупается за 6- 12 месяцев работы)	высокий (окупается более чем за 1 год работы)
		2	
Доступ к каналам распределения	доступ к каналам распределения полностью открыт	доступ к каналам распределения требует умеренных инвестиций	доступ к каналам распределения ограничен
			1
Политика правительства	нет ограничивающих актов со стороны государства	государство вмешивается в деятельность отрасли, но на	Государство полностью регламентирует отрасль и

		низком уровне	устанавливает ограничения
			1
Готовность существующих игроков к снижению цен	игроки не пойдут на снижение цен	крупные игроки не пойдут на снижение цен	при любой попытке ввода более дешевого предложения игроки снижают цены
	3		
Темп роста отрасли	высокий и растущий	замедляющийся	стагнация или падение
		2	
Итоговый балл	15		
8 баллов	низкий уровень угрозы входа новых игроков		
9-16 баллов	средний уровень угрозы входа новых игроков		
17-24 балла	высокий уровень угрозы входа новых игроков		

Обнаруженный итоговый балл в 15% указывает на средний уровень угрозы появления новых игроков на рынке.

Таблица 4 – Оценка уровня силы покупателей на рынке

Параметр оценки	Оценка параметра		
	3	2	1
Доля покупателей с большим объемом продаж	более 80% продаж приходится на нескольких кл-ов.	незначительная часть клиентов держит около 50% продаж	объем продаж равномерно распределен между клиентами
		2	
Склонность к переключению на товары-субституты	товар компании не уникален, существуют аналоги	частично уникален, есть отличительные характеристики	полностью уникален, аналогов нет
		2	
Чувствительность к цене	покупатель всегда будет переключаться на товар с более низкой ценой	покупатель будет переключаться только при значительной разнице в цене	покупатель абсолютно не чувствителен к цене
		2	
Потребители не удовлетворены качеством существующего на рынке продукта	неудовлетворенность ключевыми характеристиками услуги	неудовлетворенность второстепенными характеристиками услуги	полная удовлетворенность качеством
			1
Итоговый балл	7		
4 балла	низкий уровень угрозы потери клиентов		
5-8 баллов	средний уровень угрозы потери клиентов		
9-12 баллов	высокий уровень угрозы потери клиентов		

Обнаруженный балл в 7% указывает на средний уровень угрозы потери клиентов на рынке.

Таблица 5 - Результаты анализа 5 сил по Портеру

Параметр	Значение	Описание	Направление стратегии
Угроза со стороны товаров-заменителей	Высокий	Компания не обладает уникальным предложением на рынке	Повышать информационную осведомленность потенциальных клиентов о существующем товаре
Угрозы внутриотраслевой конкуренции	Средний	Рынок компании является среднеконкурентным и перспективным. Отсутствует возможность полного сравнения товара разных компаний.	Проводить постоянный мониторинг предложений конкурентов. Развивать уникальность предложения и потребительскую ценность товара.
Угрозы со стороны новых игроков	Средний	Существует риск входа новых игроков	Проводить мониторинг появления новых компаний на рынке. Устанавливать долгосрочные отношения с клиентами.
Угроза потери текущих клиентов	Средний	Средний риск потери клиентов	Повышать потребительскую ценность продукции, поддерживать приемлемые и конкурентоспособные цены
Угроза нестабильности поставщиков	Низкий	Отсутствует риск потери поставщика	Поиск и разработка возможности расширить круг поставщиков

На основании проведенного анализа положения ООО "N-ВЕК" на рынке и анализа 5 сил по модели Портера можно сделать вывод о том, что компания занимает устойчивую позицию на исследуемом рынке и обладает значительной долей рынка в размере 15%. Таким образом, компания является конкурентоспособной. Это подтверждается высокими и стабильными финансово-хозяйственными показателями.

Однако, несмотря на прочное положение компании на рынке, существуют значительные угрозы для ее конкурентоспособности. Эти угрозы включают:

- угроза со стороны товаров-заменителей;
- риск внутриотраслевой конкуренции;
- риск появления новых игроков на рынке;
- риск потери текущих клиентов.

Для снижения влияния указанных рисков на конкурентоспособность компании необходимо разработать и внедрить комплекс соответствующих мероприятий.

Таким образом, компания ООО "N-БЕК" имеет хорошие предпосылки для успешного соперничества, но должна активно учитывать и преодолевать угрозы, чтобы укрепить свою конкурентоспособность.

Литературы

1. Умарходжаева М. Г., Абдусаломов О. Э. Факторы, формирующие конкурентные преимущества предприятий //Архив научных исследований. – 2022. – Т. 4. – №. 1.
2. Миронов М. Ваша конкурентоспособность. – Litres, 2022.
3. Катькало В.С., Веселова А.С., Смельцова С.В. Методические указания для подготовки курсового проекта «SWOT-анализ». М.: Высшая школа бизнеса НИУ ВШЭ, 2021.
4. Данные предприятия ООО "N-БЕК"