

НЕОБХОДИМОСТЬ АНАЛИЗА КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Узакбаев Б.У.

магистрант 2-курса Института Экономики и Менеджмента КГУ им. И. Арабаева uzakbekovs@mail.ru

Аннотация: Неотъемлемой частью рыночного механизма является конкуренция, которая выступает генератором продуктивности, эффективности деятельности современных организаций. Как процесс, конкуренция протекает в определенной внешней среде – конкурентной среде организации, так как в ней в полной мере проявляются рыночные законы конкуренции.

Ключевые слова: предприятие, прибыль, конкурентная среда, эффективность, предпринимательская деятельность

THE NEED TO ANALYZE THE COMPETITIVE ENVIRONMENT OF THE ORGANIZATION

Uzakbaev B.U.

Master's student of the 2nd year of the Institute of Economics and Management of KSU. I. Arabaeva uzakbekovs@mail.ru

Abstract: An integral part of the market mechanism is competition, which acts as a generator of productivity and efficiency of modern organizations. As a process, competition takes place in a certain external environment - the competitive environment of the organization, since the market laws of competition are fully manifested in it.

Keywords: enterprise, profit, competitive environment, efficiency, entrepreneurial activity

УЮМДУН АТАНДАШТЫК ЧАЙРАСЫН ТАЛДОО ЗАРЫЛДЫГЫ

Узакбаев Б.У.

Экономика и Менеджмент Институтунун И.Арабаева КМУнун 2-курстун магистранты uzakbekovs@mail.ru

Аннотация: Рыноктук механизмдин ажырагыс бөлүгү болуп заманбап уюмдардын өндүрүмдүүлүгүнүн жана натыйжалуулугунун генератору катары кызмат кылган атаандаштык саналат. Процесс катары атаандаштык белгилүү бир тышкы чөйрөдө - уюмдун атаандаштык чөйрөсүндө ишке ашат, анткени атаандаштыктын рыноктук мыйзамдары анда толук түрдө көрүнөт.

Өзөктүү сөздөр: ишкана, пайда, атаандаштык чөйрө, натыйжалуулук, ишкердик иш

Любая организация в рыночной экономике находится под влиянием внешней среды, характеризующейся определенной степенью конкуренции. Ведь без конкуренции не может быть и рыночной экономики, она – движущая сила рынка. Поэтому современные организации должны учитывать не только и не столько свой внутренний потенциал, сколько учитывать быстро изменяющиеся и трудно предсказуемые условия конкурентной среды. Конечно, организация не в состоянии влиять на нее, но изучать и анализировать структуру конкурентной среды, ее динамику и вектор направленности должны быть объектом постоянного внимания. Это важно

для обеспечения конкурентоспособности современной организации, выбора оптимальной конкурентной стратегии и ниши на рынке.

Такой анализ позволит организации своевременно вносить коррективы в свое поведение, стратегию и своевременно предупреждать действия конкурентов в целях сохранения и приумножения конкурентных преимуществ.

Конкурентная среда выступает и как условие функционирования рыночного механизма, и как показатель эффективности рыночной среды, и как фактор, определяющий поведенческие характеристики конкурентов. Конкурентная среда отличается многовариантностью влияния на поведение организации и многосторонним эффектом на изменения рыночной ситуации: виды, формы и методы конкурентной борьбы, степень эффективности предпринимательской деятельности, формирования цен, спроса и предложения.

Вместе с тем, как показывает практика, не все организации уделяют конкурентной среде должное внимание: изучают конкурентную среду эпизодически; не всегда оценивают границы конкурентной среды и потенциальных конкурентов, уделяя некоторое внимание лишь тем соперникам, которые ведут бизнес в той же сфере и производят аналогичные продукты, товары или услуги. Не многие понимают, что в качестве потенциальных конкурентов следует рассматривать и конкурентов, представляющих товары-заменители и родственные услуги, удовлетворяющие ту же потребность клиентов. Т.е. не все организации способны понять, кто или что может представлять для них конкурентную угрозу.

Степень разработанности проблемы. Значительный вклад в исследование конкуренции и конкурентных отношений внесли такие зарубежные ученые, как Й. Шумпетер, М. Портер, И. Ансофф, Дж. Фридман, А.Д. Чандлер, К. Эндрюс, Г. Минцберг, Д. Миллер и др. Они дали характеристику развития конкуренции в современных условиях в рамках наиболее известных конкурентных стратегий. В Кыргызстане изучению анализа конкурентоспособности, формированию конкурентных преимуществ, специфике конкурентных стратегий посвящены труды Ашырбековой А.Н., Шербековой А.А., Тохтыевой З. Х., Нарынбаева Т. К., Абдукаримова А. А. и др.

Эти ученые внесли существенный вклад в решение проблем развития конкуренции, однако эта проблема по-прежнему остается весьма актуальной. И причиной этого является фрагментарность изучения вопросов, направленных именно на анализ и оценку качества конкурентной среды. Актуальное изменение характеристик конкурентной среды сопровождается появлением принципиально иных форм и средств осуществления конкурентных действий. В современных условиях

цифровой крайне необходимы новые модели конкурентного поведения, новые подходы к формированию конкурентных преимуществ современных организаций.

Ряд аспектов анализа конкурентной среды остается малоисследованным, и нуждается в развитии, в первую очередь, в методологическом и методическом плане: недостаточно развита методология формирования, анализа и оценки конкурентной среды современных организаций. Все это вызывает необходимость исследования конкурентной среды и разработки рекомендаций по ее анализу, что и определяет актуальность настоящего исследования.

говоря о конкурентной среде организации, можно сделать вывод о том, что среди авторов существует плюрализм мнений относительно понятия “конкурентная среда” и каждый из авторов дает свой набор таких составляющих.

Считаем необходимым ввести свое определение конкурентной среды с учетом отраслевого характера рассматриваемой проблемы. В рамках отрасли конкурентная среда представляет собой часть внешней среды организации, совокупность организаций, которые обладают общностью производимой продукции (оказания услуг) и удовлетворяемых потребностей. Она состоит из реальных и потенциальных конкурентов организации, которые своими действиями способны влиять на положение организации на рынке.

Мы рассматриваем рыночную конкурентную среду как сложную систему, включающую ряд элементов: социально-экономическое содержание конкурентной среды, в котором отражается наиболее важное, наиболее существенное характеризующее конкурентную среду; уровень развития рыночной конкурентной среды, в котором находят свое отражение совокупность факторов, способствующих развитию конкурентной среды; особенности страны и состояния ее экономики, которые на том или ином этапе придают рыночной конкурентной среде свои особенности.

По своему содержанию рыночная конкурентная среда раскрывается как совокупность условий, способствующих эффективной деятельности наиболее инициативных, предприимчивых предприятий в достижении их целевых установок в сохранении задействованного капитала и получении прибыли, достаточной для уплаты налогов и социальных расходов, наращивания фондов развития и его страхования, распределения дивидендов, стимулирующих реализацию личных, корпоративных и общественных интересов и при подъеме и при падении волнообразного хозяйственного движения и в условиях кризисной ситуации.

По своему уровню конкурентная среда определяется как количество функционирующих на рынке производителей-поставщиков и, соответственно, потребителей-покупателей и различного рода посредников между ними, выступающих

самостоятельными субъектами рыночных отношений, а также широтой инфраструктуры рынка (банковской, транспортной, биржевой, складской, информационной) и степенью государственного антимонопольного регулирования рынка и стимулирования конкуренции. Исходной формой конкурентной среды является среда, соответствующая свободной (чистой) конкуренции, при которой отсутствуют какие-либо искусственные барьеры в сфере ценообразования, финансов, кредита и использовании объектов инфраструктуры, вследствие чего отпадает необходимость государственного антимонопольного регулирования рынка.

Конкурентная среда как экономическая категория представляет собой совокупность экономических отношений, характеризующих состояние и условия развития конкурентных связей в рыночной системе хозяйствования, обеспечивающих согласование интересов организаций. Содержание конкурентной среды характеризуется совокупностью структурных элементов, способных обеспечить развитие различных форм конкуренции и ее активную роль в производстве конкурентоспособной продукции и повышении эффективности предпринимательской деятельности.

На рынке разворачивается конкурентная борьба между фирмами, выпускающими или продающими аналогичную продукцию (со схожими свойствами) одним и тем же категориям покупателей. Каждая фирма стремится создать товар с лучшими свойствами, чем у конкурента. В известном смысле конкурентная борьба – это спор старого с новым, своего рода война технологий.

В целях повышения конкурентоспособности строительных компаний необходимо осуществлять глубокий анализ конкурентной среды и своего места на рынке. Основные направления анализа конкурентной среды целесообразно проводить по следующим классификационным признакам:

- виды инвестиционно-строительной деятельности;
- масштабы деятельности: местный, региональный, национальный;
- способы организации строительной деятельности: подрядная деятельность, субподрядная деятельность, хозяйственный способ, девелоперская деятельность, смешанный способ, доверительное управление;
- ресурсное обеспечение строительства: имущество, наличие в строительной организации необходимых мощностей, специализации, обеспеченности индустриальной строительной базой, наличие и состояние коммуникаций, характеристики сырьевой базы для производства строительных материалов, наличие необходимых энергоресурсов и т.д.;
- формы строительной продукции (ассортимент продукции): отдельные виды работ (строительно-монтажные работы, некапитальные работы), этапы работ

(законченные этапы, незавершенные этапы), объекты строительства (здания, сооружения), стройки (совокупность зданий, совокупность сооружений), товарно-объекты (многокомплексные строящиеся объекты, однокомплексные строящиеся объекты), объекты «под ключ» (однопрофильные, многопрофильные);

- уровень себестоимости строительной продукции: участники механизма формирования цены, характер строящихся зданий и сооружений, местные условия строительства и др.;

- качество и особые свойства продукции по приоритетным критериям оценки;
- ценовая политика: максимизация цены, минимизация цены, поддержание цены на определенном уровне;

- стратегические намерения: лидерство, удержание позиции, выживание;
- тип стратегии: агрессивная, умеренно-агрессивная, умеренная, консервативная, оборонная;

- конкурентные стратегии: лидерство по издержкам, дифференциация продукции, концентрация (специализация);

- договорная политика с поставщиками и клиентами (заказчиками);
- условия расчетов: порядок и сроки приемки выполненных работ и расчетов за них в процессе строительства, сроки устранения подрядчиком полученных замечаний от заказчика по качеству выполненных работ, сроки окончательных расчетов при полном завершении строительства, расчеты по конструктивным элементам за выполнение отдельных работ и услуг, расчеты по этапам, расчеты после завершения всех работ по договору.

Компания, осуществляющая мониторинг конкурентной среды имеет все шансы стать лидером на рынке, если будет продолжать свою деятельность на рынке, постепенно увеличивая качество услуг, расширяя спектр услуг, применяя все более новое оборудование и современных технологии, нужно только время. Увеличится стаж работы, повысится опыт, будет больше клиентов, увеличится прибыль, появится возможность предоставлять скидки, и тем самым предприятие станет более прибыльным, более известным на рынке, и конкурентоспособность повысится в разы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Адаманова, З. О.** Анализ стратегий конкурентоспособности и конкурентной среды российских товаропроизводителей на мировом рынке / З. О. Адаманова // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. – 2021. – № 4(74). – С. 17–21.
2. **Ансофф И.** Стратегическое управление. М.: Экономика, 1989. 519 с.
3. **Бекбусинова Г. К., Кайыргалиева М. Г.** Особенности определения стратегии и стратегическое планирование в строительстве // COLLOQUIUMJOURNAL. 2019. Т. 52. № 28–8. С. 19–22.

4. *Влияние шоков 2014-2015 годов на экономическое поведение домохозяйств в Кыргызской Республике / Научная работа Национального банка Кыргызской Республики. Подготовлено **Иимахаметовым Н.К., Абдыгуловым Т. С., Жениш Н.** 23 октября 2020 года [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <https://www.nbkr.kg/DOC/30122020/000000000055981.pdf>*
5. **Гумба Х. М.** Экономика строительства. М.: ЮрайтИздат, 2018. 449 с.
6. **Журавлев Д. М.** Стратегическое исследование условий и оценки готовности экономических систем к цифровой трансформации (на примере Кемеровской области) // Стратегирование: теория и практика. 2021. Т. 1. № 1. С. 42–56. <https://doi.org/10.21603/2782-2435-2021-1-1-42-56>
7. **Иванова Л.А.** Маркетинговые исследования: практика проведения анализа конкурентоспособности организации / Л.А. Иванова // Современное общество и власть. – 2018. — №7. – С. 67-69
8. **Калпаева З. А., Кочербаева А. А.** Инвестиционностроительный комплекс: понятие и особенности развития // Известия ВУЗов Кыргызстана. 2015. № 9. С. 55–57.
9. Кыргызстан в цифрах. 2020. Бишкек: Нацстатком Кыргызской Республики, 2021. 370 с.
10. **Лебедева, Н. А.** Конкурентный анализ в бизнесе: учебно-методическое пособие / Н. А. Лебедева. – Орел: Изд-во МАБИВ, 2014 г.
11. **Марченко, Т.И.** Уровневое управление конкурентоспособностью предприятия / Т.И. Марченко // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2019. – № 6. – С. – 144 – 146.
12. **Оберт Т.В.** Теория конкуренции: учебное пособие для студентов экономических специальностей. – Саратов: Изд-во «Саратовского государственного университета им Н.Г.Чернышевского», 2020. – 80с.
13. Оценка и управление конкурентоспособностью грузовой автотранспортной организации / **В. И. Березной, А. В. Березовская, О. В. Березная, А. С. Токарь**; ГОУ ВПО «Саратовский государственный технический университет». – Ставрополь, 2010. – 212 с.