

УДК 338.242

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОРГАНИЗАЦИИ

Куликова Виктория Викторовна, к.г.н., доцент ДВФУ, доцент кафедры Экологии и БЖД, профессор РАЕ, Заярная Ирина Александровна, к.э.н., доцент ДВФУ, доцент кафедры экономики и управления, профессор РАЕ, Шелковникова Олеся Михайловна ДВФУ, 5 курс

Аннотация

Рассмотрено понятие конкурентоспособности предприятия. Проведена комплексная оценка показателей конкурентоспособности на примере ООО «Бумеранг». Произведен расчет коэффициента конкордации для экономических и технических параметров.

Ключевые слова: гостиничный комплекс, анализ, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, коэффициент конкордации.

Решающий фактор коммерческого успеха товара (услуги) на конкурентном рынке – его конкурентоспособность (КСП). Степень развития рынка, сложность работы на нем во многом определяются особенностями конкурентной среды гостиницы. Являясь наиболее чувствительным индикатором активности предприятия, она определяет многие маркетинговые характеристики: объем и условия продаж, цены, методы рекламы, стимулирования сбыта и т.д. Кроме того, через взаимоотношения между конкурентами наиболее быстро и четко проявляются изменения, происходящие на рынке, т.к. именно соперничество – основной двигатель рыночных процессов.

Актуальность данной темы заключается в том, что конечная цель любого предприятия – победа в конкурентной борьбе, как закономерный итог постоянных и грамотных усилий предприятия повышая конкурентные преимущества гостиничного предприятия. **Объект исследования** - гостиничное предприятие ООО «Бумеранг». **Основной метод** при оценке

конкурентоспособности – экспертный.

Понятие конкурентоспособности было привнесено в экономическую теорию извне, из области стратегического менеджмента, после чего было не вполне правомерно распространено с уровня фирмы на уровень секторов, регионов и национальных экономик в целом [3]. Понятие КСП многозначно, поэтому универсального ее определения не существует. Например: под КСП понимается «... текущее положение предприятия на рынке (в первую очередь, занимаемая доля рынка - объем продаж в сопоставлении с общими по рынку и объемами продаж предприятий-конкурентов) и тенденции его изменения». Конкурентоспособность – понятие, включающее в себя «...уровень экономических, технических и эксплуатационных параметров, которые позволяют выдержать соперничество (конкуренцию) с другими аналогичными фирмами/предприятиями/товарами на рынке». Конкурентоспособность определяют и как сравнительную характеристику товара, содержащую комплексную оценку всей совокупности производственных, коммерческих, организационных и экономических показателей относительно выявленных требований рынка или свойств другого товара (услуги) [1,2].

Проведём оценку конкурентных преимуществ ООО «Бумеранг». В качестве сравниваемых предприятий возьмем основных конкурентов г/к «Бумеранг»: 1 «Горизонт»; 2 «Рент»; 3 «Меркурий»; 4 «Бумеранг».

Среди наиболее сильных конкурентов следует рассматривать г/к «Горизонт» и «Рент», имеющие в сумме предпочтения более трети опрошенных респондентов. На долю остальных конкурентов приходится менее четверти действующих и потенциальных клиентов. Итоговое значение коэффициента конкурентоспособности рассчитывается по формуле (1):

$$КСП = \frac{I_{tn}}{I_{эн}} \quad (1)$$

где КСП – коэффициент конкурентоспособности, I_{tn} – индекс технических параметров; $I_{эн}$ – индекс экономических параметров.

Далее в таблице 1 представлены данные для расчёта индекса технических параметров. Значимость каждой технической характеристики оценивается в баллах (от 0 до 3). Рассмотрены критерии оценки для технических параметров:

- критерии оценки для парковки: 0 – отсутствует, 1 – есть, но маленькая, 2 – есть, но далеко от входа, 3 – есть, большая, удобная для покупателей;
- критерии оценки для размера двухместного номера: 0 – меньше 12 кв.м., 1 – более 12 кв.м., 2 – более 17 кв.м., 3 – более 25 кв.м.;
- критерии оценки для расположения гостиницы: 0 - вдали от центра города, 1 – недалеко от центра города, 2 – поблизости транспортная развязка, 3 – расположен в центре города;
- критерии оценки для обслуживания клиентов: 0 – самообслуживание, 1 – плохая консультация администратора, 2 – менеджеры плохо знают характеристики номеров, 3 - хорошее обслуживание;
- критерии для оценки известности: 0 – отсутствует, 1 – малоизвестный отель, 2 – известная в узких кругах гостиница, 3 – популярная гостиница.

Таблица 1 – Расчет индекса технического параметра

Технические параметры	Коэф-т весомости, %	Эксперты (руководители компаний)				Сумма рангов	Отклонение от среднего
		1	2	3	4		
Парковка	0,2	3	2	1	2	10	0
Размер 2-местного номера	0,14	2	3	2	3	7	3
Расположение	0,22	3	2	1	3	11	-1
Обслуживание клиентов	0,24	3	2	2	3	12	-2
Известность (бренд)	0,2	3	2	1	2	10	0
Итого:	1	14	11	6	13	50	0
Квадрат		196	121	36	169	522	

Из таблицы 1 видно, что наиболее сильные технические показатели у компании «Горизонт», т.к. у нее большой и удобный размер парковки, удобное расположение и хорошее обслуживание клиентов. Г/к «Бумеранг» немного слабей за счет менее удобной парковки, чем у «Горизонта», но у нее есть и сильные стороны за счет отличного обслуживания, больших номеров и удобного расположения с хорошей транспортной развязкой и небольшой удаленности от центра. Гостиницы «Рент» и «Меркурий» наиболее слабые показатели, это связано с тем, что у них небольшие номера, нет фирменного стиля и неудобная

транспортная развязка, по сравнению с «Бумерангом» и «Горизонтом».

Был рассчитан коэффициент конкордации по формуле (2):

$$W = \frac{12}{d^2(m^3 - m)} S, \quad (2)$$

где d – количество экспертов, m – количество показателей, s – сумма квадрата отклонения от среднего. Коэффициент конкордации технических параметров $W = 0,6$ – следует, что мнение экспертов в большей степени согласовано.

Также рассмотрены критерии оценки для экономических параметров:

– критерии оценки для стоимости 2 – местного номера: 0 – очень высокая, 1 – высокая, 2 – средняя, 3 – самая низкая в городе;

– критерии оценки для объема продаж: 0 – меньше 6500 тыс. руб., 1 – менее 7000 тыс. руб., 2 – менее 7500 тыс. руб., 3 – свыше 7500 тыс. руб.;

– критерии оценки доли рынка в %: 0 – менее 20, 1 – больше 20, 2 – большее 25, 3 – больше 28;

– критерии оценки фонда оплаты труда (тыс./руб. в год): 0 – менее 1, 1 – < 2, 2 – менее 2,5, 3 – > 3;

– критерии оценки среднесписочной численности персонала в год: 0 – менее 5 чел., 1 – больше 10 чел., 2 – больше 15 чел., 3 – больше 20 чел.

Теперь рассмотрим экономические характеристики и представим в таблице 2.

Таблица 2 - Экономические характеристики предприятий

Экономические параметры	Коэф-т весомости, %	Эксперты (руководители компаний)				Сумма рангов
		1	2	3	4	
Стоимость 2-местного номера	0,24	2	1	3	1	7
Объем продаж	0,15	3	1	2	3	9
Доля рынка	0,18	3	1	1	2	7
Фонд оплаты труда тыс./год	0,24	2	1	1	2	6
Среднесписочная численность персонала	0,18	3	2	2	3	10
Итого:	1	13	6	9	11	39
Квадрат		169	36	81	121	407

Из таблицы 2 видно, что по экономическим характеристикам «Горизонт», так и по техническим показателям, занимает лидирующее место; это связано с тем, что занимает большую долю рынка, большой номерной фонд, разнообразие номеров и невысоких цен, большего объема продаж. У г/к «Бумеранг» показатели немного слабей, за счет наименьшей доли рынка и небольшим номерным фондом,

но есть и положительные стороны, такие как большая оплата труда, достаточно большого объема продаж. «Меркурий» и «Рент» имеют самые низкие показатели из-за высоких цен, малого объема продаж, низкой оплаты труда.

Произведен расчет коэффициента конкордации для экономических параметров $W=0,6425$. Расчет интегрального показателя конкурентоспособности производится по формуле (3): $K = I_{нп} \cdot \frac{I_{тп}}{I_{эп}}$ (3),

где $I_{нп}$ – индекс нормативных параметров (если товар (услуга)) не удовлетворяет требованиям, то товар считается неконкурентоспособными, $I_{нп}=0$; т.к. в нашем случае все услуги удовлетворяют требованиям, то положим его равным 1.

Таблица 4 – Итоговые результаты КСП индексным методом

«Горизонт»	«Рент»	«Меркурий»	«Бумеранг»
0,6	0,4	0,2	0,5

В результате проведенного расчета, мы выяснили, что среди рассмотренных конкурентов, наиболее конкурентоспособен «Горизонт», далее следуют: «Бумеранг», «Рент» и «Меркурий». Г/к «Бумеранг» имеет достойные технические показатели, но из-за малой доли рынка и небольшого номерного фонда, уступает «Горизонту» в конкурентоспособности. «Рент» и «Меркурий» обладают почти одинаковыми техническими и экономическими показателями, следовательно, и показателями конкурентоспособности.

Список литературы

- 1 Азоев Г.А. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2008. – 204 с.
- 2 Моисеева Н.К., Анискин Ю.П. Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление. – М.: Внешторгиздат, 2006. –304 с.
- 3 Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 715 с.