

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ООО «ИЦ КОНСУЛЬТАНТ»

Куликова Виктория Викторовна, к.г.н., доцент ДВФУ, доцент кафедры Экологии и БЖД, профессор РАЕ

Аннотация

Рассмотрена оценка конкурентоспособности предприятия с точки зрения конкретных параметров. Проведена комплексная оценка показателей конкурентоспособности с помощью критериев на основе балльной оценки. Для выбора позиции компании в конкурентной борьбе предлагается использовать матрицу БКГ. Предложены пути повышения конкурентоспособности ООО «Информационный центр Консультант».

Конкурентная среда – имеющаяся и оцениваемая на предприятии информация о конкурентах, свойствах товара, товарного рынка и т.д. для эффективного управления конкурентоспособностью фирмы. Конкурентная среда является неотъемлемым элементом при оценке конкурентоспособности.

Оценка конкурентоспособности включает в себя следующие параметры:

1. Изучение рынка:

- специализация рынка и его географическое положение;
- ёмкость рынка и возможная доля предприятия на нём;
- товарные и фирменные структуры на рынке;
- влияние научно-технических разработок на развитие производства и формирование потребностей покупателей;

2. Изучение конкурентов:

- основные конкуренты, владеющие большей долей рынка;
- торговые марки (знаки) товаров конкурентов;
- формы и методы сбытовой деятельности;
- формирование спроса и стимулирование сбыта;
- данные о прибылях и убытках конкурентов;

3. Изучение параметров оценки товара:

- новизна и конкурентоспособность по сравнению с товарами конкурентов;
- соответствие внутренним и международным стандартам;
- способность товара удовлетворять текущие и перспективные потребности покупателей;
- необходимость модификации товара в соответствии с выявленными требованиями покупателей и новыми нормативными актами.

В мировой практике количественная оценка конкурентоспособного товара складывается из трех этапов:

- анализа рынка и выбора наиболее конкурентоспособного товара-образца в качестве базы для сравнения и определения уровня конкурентоспособности товара;
- определения набора сравниваемых параметров двух товаров;
- расчета интегрального показателя конкурентоспособности товара.

Одной из главной задач при исследовании конкурентной среды является изучение конкурентов. Изучение конкурентов может включать в себя следующие изучаемые параметры:

- основные конкуренты, владеющие большей долей рынка;
- торговые марки (знаки) товаров конкурентов;
- особенности товаров-конкурентов;
- вид, особенности упаковки товаров-конкурентов;
- формы и методы сбытовой деятельности;
- формирование спроса и стимулирование сбыта;
- рекламные материалы конкурентов;
- данные о прибылях и убытках конкурентов.

По своей сущности услуги в «ИЦ Консультант плюс» являются единственным средством получения прибыли и тем самым основным способом конкурентной борьбы – ее материальной основой. Везде, где разворачивается соперничество за повышение качества продукции и максимизацию прибыли, снижение издержек производства, огромное значение для управления

конкурентоспособностью товара приобретает комплексная оценка конкурентной среды предприятия.

На рынке справочно-правовых систем (далее СПС) Приморского края работает несколько компаний, представляющих такие СПС как: Кодекс, Гарант, ЮСИС, Дело и право. Также у потребителя имеется на выбор огромное число печатных изданий, похожие программы как бесплатные приложения к журналам, и пиратские копии всех вышеупомянутых источников. Руководство ООО «Информационный центр Консультант» регулярно сообщает о новых разработках фирмы и призывает собрать все силы, понять всю важность и зависимость каждого в этой нелегкой борьбе за рынок с конкурентами. С другой стороны конкурирующие фирмы предпринимают ответные меры для удержания позиций на рынке.

На рынке бухгалтерских программ лидирующее положение занимают программы 1С, Турбо-Бухгалтер, Инфин и некоторые другие. Кроме того, на крупных предприятиях штатные программисты разрабатывают индивидуальные бухгалтерские программы. На данный момент программу «1С Бухгалтерия» можно купить практически везде, но компаний, предлагающих сервисное обслуживание мало.

Программы, обучающие и игровые, всякого рода энциклопедии, официально распространяет только одна компания, хотя пиратские копии можно купить в других местах. Конечно же, и здесь могут быть предпочтения, к тому же у пиратов не такой большой выбор и ниже качество но, как правило, все они пользуются спросом.

Изучение конкурентов по приведенным информационным продуктам могут рассматриваться организации и фирмы, оказывающие аналогичные информационные услуги.

Например, одним из конкурентов может являться научная библиотека или библиотечный фонд, которые используют также свои базы данных и свои информационные ресурсы. Например, это могут быть предприятия, предоставляющие следующие услуги:

- составление библиографических указателей, списков, письменных справок;

- предоставление адресных справок по отечественным и зарубежным фирмам;
- вывод текстов и документов из региональных, отечественных или мировых баз данных;

- составление тематических списков из имеющихся баз данных и т.п.

Анализ конкурентов ООО «ИЦ Консультант» был проведен с помощью телефонных звонков в офис компании-конкурента, посещения Интернет-сайта компании и самого офиса. Для проведения анализа конкурентоспособности было выбрано три компании, оказывающие информационные услуги, активно действующих на рынке г. Находка:

1. «Консультант плюс».
2. «Гарант».
3. «Кодекс».

Основная деятельность выбранных компаний соответствует теме исследования в настоящей работе. Но существуют также и другие компании-конкуренты. Однако их основная деятельность не заключается в предоставлении информационных услуг, поэтому в последующий расчет конкурентов мы их брать не будем.

Все выбранные компании анализировались по нижеперечисленным направлениям оценки. И к каждому направлению оценки было отобрано 3 критерия для проведения анализа:

1. Информационное наполнение:

- а) полное наполнение информацией, наличие обновлений - 5 баллов,
- б) средняя наполняемость информацией, частичная обновляемость - 3 балла,
- в) поверхностное наполнение информацией - 1 балл;

2. Технологии:

а) использование Интернет ресурсов, использование новейшего оборудования, документационная поддержка - 5 баллов,

б) использование Интернет ресурсов, документационная поддержка - 3 балла,

в) документационная поддержка - 1 балл;

3. Юридическая обработка:

- а) государственная поддержка, полная юридическая поддержка - 5 баллов,
- б) полная юридическая поддержка - 3 балла,
- в) слабая юридическая поддержка - 1 балл;

4. Бесплатное восстановление базы:

- а) полностью бесплатное обслуживание клиентов - 5 баллов,
- б) бесплатное восстановление базы с частичными расходами клиента за удаленность обслуживания - 3 балла,
- в) полностью платное восстановление базы - 1 балл;

5. Бесплатное предоставление клиенту документов:

- а) предоставление необходимого пакета документов без дополнительной оплаты - 5 баллов,
- б) предоставление необходимого пакета документов с частичной оплатой дополнительных издержек - 3 балла,
- в) платное предоставление пакета документов - 1 балл;

6. Предупреждение о повышении цен:

- а) информирование за 3 и более месяцев - 5 баллов,
- б) информирование от 2-х до 3-х месяцев - 3 балла,
- в) информирование от 1-го до 2-х месяцев - 1 балл;

7. Досрочное расторжение договора со стороны клиента:

- а) практически отсутствует досрочное расторжение - 5 баллов,
- б) периодическое расторжение договоров - 3 балла,
- в) частое досрочное расторжение договоров - 1 балл;

8. Авторское право:

- а) Наличие зарегистрированной торговой марки, разработанная маркетинговая политика марки, взаимодействие «подмарочных» предприятий - 5 баллов,
- б) наличие торговой марки, наличие внедряемой политики компании - 3 балла,
- в) отсутствие торговой марки - 1 балл;

9. Ответственность разработчиков и персонала:

а) Свободное владение информацией, квалификационная подготовленность персонала, умение заинтересовать потребителей - 5 баллов,

б) Владение необходимой информацией, квалификационная подготовленность персонала - 3 балла,

в) Слабое владение информацией, отсутствие желания работать - 1 балл;

10. Систематическая разработка и предоставление новых услуг:

а) Внедрение новых услуг с периодичностью один год – 5 баллов;

б) Редкая разработка новых услуг – 3 балла;

в) новые услуги не разрабатываются и не предоставляются – 1 балл;

Результаты приведенного исследования представлены в таблицу 1.

Таблица 1 – Оценка конкурентоспособности программного продукта ООО «ИЦ Консультант», в баллах

| Характеристики | Консультант Плюс | Гарант | Кодекс |
|--|------------------|--------|--------|
| Информационное наполнение | 5 | 4 | 3 |
| Технологии | 5 | 4 | 3 |
| Юридическая обработка | 4 | 3 | 3 |
| Бесплатное восстановление базы | 3 | 2 | 1 |
| Бесплатное предоставление клиенту, отсутствующих в его базах документов. | 3 | 2 | 1 |
| Предупреждение о возможном повышении цен | 4 | 3 | 2 |
| Досрочное расторжение договора со стороны клиента | 4 | 2 | 4 |
| Авторское право | 5 | 2 | 3 |
| Ответственность разработчиков за недостоверность информации и (или) некорректную работу программных средств. | 5 | 1 | 2 |
| Систематическая разработка и внедрение новых программ | 3 | 2 | 1 |
| Итого | 41 | 25 | 23 |

На основе проведенной оценки можно сделать вывод, что самым конкурентоспособным программным продуктом является семейство «Консультант Плюс», распространением которого занимается ООО «ИЦ Консультант». Основными преимуществами являются:

- наполняемость баз, превышающая аналоги на 28%;

- полнота и оперативность включения новых документов;
- сервис, предоставляемый пользователю;
- юридическая обработка;
- высокие современные программные технологии;
- поисковые и аналитические возможности;
- эксклюзивные консультационные материалы;
- превосходство Консультант Плюс.

Однако заслуживает внимания тот факт, что в настоящее время для повышения конкурентоспособности необходимо внедрять новые услуги. Но в ООО «ИЦ Консультант» внедрение новых услуг стоит на уровне ниже среднего, что существенно влияет на развитие компании. В тоже время потребители хотят новых услуг, и средства для их приобретения у них имеются.

На основании вышеприведенных данных можно построить диаграмму долей рынка для основных конкурентов рынка информационных услуг. Диаграмма приведена на рисунке 1.

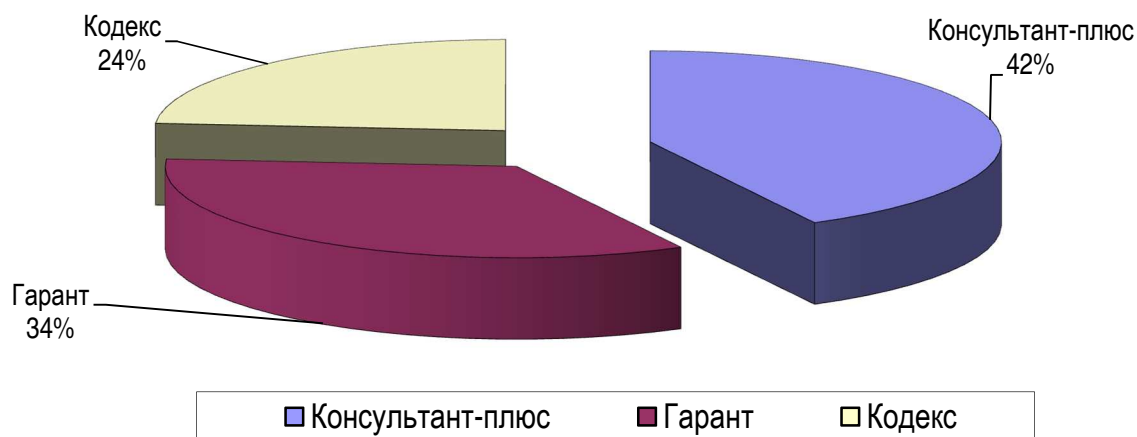


Рисунок 1 - Доли предприятий на рынке информационных услуг
г. Находка

Диаграмма показывает, что лидирующие позиции на рынке информационных услуг занимают компании семейства «Консультант-плюс». Однако позиция ООО «ИЦ Консультант» может измениться, так как доля рынка конкурента семейства «Гарант» меньше на 8%, что должно учитываться при

разработке плана мероприятий по управлению конкурентоспособностью. Этому может способствовать разработка и внедрение новой услуги.

Для выбора позиции компании в конкурентной борьбе предлагается использовать матрицу Бостонской консультативной группы (БКГ). Матрица БКГ служит удобным приемом для сравнения различных областей деятельности, в которых работает фирма.

БКГ исходит из того, что темпы роста объема продаж продукции на рынке и ее соответствующая доля рынка являются важнейшими факторами при определении стратегии развития фирмы. В матрице, представленной на рисунке 2, используются показатели рост объема спроса (размер матрицы по вертикали), а также соотношение доли рынка, принадлежащей фирме, и доли рынка, принадлежащей ее ведущему конкуренту (размер по горизонтали).

Для построения матрицы БКГ проведем анализ доходности компании. Анализ доходности получения прибыли предприятия ООО «ИЦ Консультант» проведем на основе отчета о прибылях и убытках. Исходя из предоставленного анализа, можно с уверенностью отметить, что предприятие имеет большую долю рынка и достаточно уверенный темп роста доходности, что нашло свое отражение в БКГ.



Рисунок 2 - Матрица Бостонской консультативной группы для ООО «ИЦ Консультант»

Таким образом, можно отметить, что ООО«ИЦ Консультант» обладает характеристикой по матрице БКГ «Звезда». Но если компания не будет проводить разработку и внедрение новой услуги, она может потерять лидирующие позиции на рынке информационных услуг, что может привести к занятию основной доли рынка его основным конкурентом. Соответственно, руководству компании необходимо различными мероприятиями оберегать существующую позицию на рынке информационных услуг, а мероприятием может стать – внедрение новой услуги.

Таким образом, подводя некоторые итоги можно отметить, что основными конкурентными преимуществами ООО «ИЦ Консультант» являются:

- наличие эффективной торговой марки «Консультант-плюс»;
- качественное сервисное обслуживание;
- высокая доля рынка информационных услуг.

Однако, существенным выявлением недостатков является отсутствие внедрение компанией ООО «ИЦ Консультант» новых услуг, что может существенно снизить долю рынка информационных услуг данной компании, то есть возникает угроза потери лидирующих конкурентных позиций.

Перечисленные конкурентные преимущества и недостатки позволяют определить основные направления управления конкурентоспособностью данного предприятия. Таким направлением необходимо считать разработку и внедрение новой услуги.