

УДК 339.138

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ СУХИХ СТРОИТЕЛЬНЫХ СМЕСЕЙ

*Чучалов Д.С., студент 5 курса экономического факультета
Научный руководитель – Березина Е.А., кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВПО «Вятская ГСХА»*

Ключевые слова: рынок, конкуренты, конкурентоспособность, критерии, рыночная доля

Работа посвящена определению конкурентоспособности предприятия на рынке сухих строительных смесей экспертным методом. При проведении исследования были выявлены основные критерии конкурентоспособности предприятий и произведена экспертная оценка конкурентоспособности исследуемого предприятия.

Рынок сухих строительных смесей Кировской области широко развит. В городе Киров на рынке сбыта сухих строительных смесей действуют 23 фирмы.

В настоящее время основными конкуренты ООО ТД «Стройресурс» на рынке сухих строительных смесей являются ряд предприятий со средним уровнем рыночной доли. Основные конкуренты представлены в таблице 1.

Основными конкурентами на рынке Кировской области и г. Кирова являются предприятия ООО «Спартак - ОМ» и ООО ТД «Стройпоставка» [1].

В качестве основных показателей конкурентоспособности фирм нами рассмотрены: цена, количество предоставляемых услуг, реклама, качество, дополнительные услуги, квалификация персонала, местоположение, подъезд к магазину. По данным показателям был проведен сравнительный анализ основных конкурентов исследуемого предприятия, результаты которого представлены в таблице 2.

Для оценки конкурентоспособности были привлечены эксперты из числа руководителей организации и руководителей отделов в количестве 9 человек, которые произвели оценку рассматриваемых параметров по 5-балльной шкале. Результаты оценки представлены в таблице 3.

Общая оценка конкурентоспособности: 37-34 баллов - отлично; 34-29 баллов - хорошо; 29-26 баллов - удовлетворительно; 23 баллов и менее - неудовлетворительно.

В результате исследования выявили, что ни одна из фирм не получила наивысшую оценку - 40 баллов. ООО «Спартак - ОМ» попадает в поле отличной

Таблица 1 – Доли рынка предприятий на рынке сухих строительных смесей

| Предприятие | Доля рынка сухих строительных смесей, % |
|--------------------------|---|
| ООО ТД «Стройресурс» | 4,29 |
| ООО «Стройремо» | 5,90 |
| ООО «Спартак - ОМ» | 9,50 |
| ООО «Техстрой» | 4,28 |
| ООО «Вяткастройпоставка» | 3,95 |
| Другие предприятия | 72,08 |
| Всего | 100,00 |

Таблица 2 – Оценка конкурентного окружения

| Критерии | ООО ТД «Стройресурс» | ООО «Спартак - ОМ» | ООО «Стройремо» |
|----------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Цены | Ниже чем у конкурентов | Выше | Выше |
| Количество предоставляемых услуг | Меньше по сравнению с конкурентами | Широкий спектр товаров | Широкий спектр товаров |
| Реклама | Незначительная реклама | Широкий охват рекламой | Широкий охват рекламой |
| Качество | Высокое качество товаров | Ниже по сравнению с конкурентами | Ниже по сравнению с конкурентами |
| Дополнительные услуги | Наравне с конкурентами | Наравне с конкурентами | Наравне с конкурентами |
| Квалификация персонала | Средняя | Средняя | Средняя |
| Местоположение | Во дворе дома | На второстепенной улице | На главной улице |
| Подъезд к магазину | Хуже чем у конкурентов | Хороший | Хороший |

оценки (34 баллов), тогда как ООО «ТД «Стройресурс» и ООО «Стройремо» попали в поле оценки хорошо (29 и 30 баллов соответственно).

Таким образом, ООО «ТД «Стройресурс» обладает низким уровнем конкурентоспособности на рынке сухих строительных смесей, что в большей степе-

Таблица 3 – Оценка конкурентоспособности ООО «ТД «Стройресурс»

| Критерии | ООО ТД «Стройресурс» | ООО «Спартак - ОМ» | ООО «Стройре-мо» |
|----------------------------------|----------------------|--------------------|------------------|
| Цены | 5 | 4 | 4 |
| Количество предоставляемых услуг | 5 | 4 | 4 |
| Реклама | 3 | 5 | 4 |
| Дополнительные услуги | 3 | 5 | 4 |
| Квалификация персонала | 4 | 4 | 4 |
| Местоположение | 5 | 5 | 5 |
| Подъезд к магазину | 4 | 5 | 5 |
| Итого | 29 | 34 | 30 |

ни обусловлено низким уровнем использования рекламной деятельности как средства продвижения.

Библиографический список

1. Официальный сайт ООО «ТД «Стройресурс».- Режим доступа: <http://www.td-strojresyrs.ru>.

EVALUATION COMPETITIVENESS OF TRADE ENTERPRISE IN THE MARKET OF DRY CONSTRUCTION MIXTURES

Chuchalov D.S.

Keywords: *market, competition, competitiveness, criteria, market share*

The work is devoted to the definition of the company's competitiveness in the market of dry building mixes expert method. The study identified the main criteria for the competitiveness of enterprises and made expert assessment investigated enterprise competitiveness.