**Исследование конкурентной среды на примере рынка фасовочно-упаковочного и весоизмерительного оборудования (Краснодарский край)**

**Куренова Дария Геннадиевна,** к. филол. н., доцент кафедры маркетинга и управления предприятием, Кубанский государственный технологический университет, 350072, г. Краснодар, ул. Московская, 2

[ipatovadaria@yandex.ru](mailto:ipatovadaria@yandex.ru)

**Михайлова Вероника Михайловна**, к. э. н., доцент кафедры маркетинга и управления предприятием,Кубанский государственный технологический университет, 350072, г. Краснодар, ул. Московская, 2

[nika157@mail.ru](mailto:nika157@mail.ru)

**Кривошеева Екатерина Васильевна,** старший преподаватель кафедры маркетинга и управления предприятием, Кубанский государственный технологический университет, 350072, г. Краснодар, ул. Московская, 2,

[keselz@mail.ru](mailto:keselz@mail.ru)

Статья посвящена описанию подхода к анализу конкурентной среды рынка на основе расчета основных экономических и маркетинговых показателей (доли, динамики и рентабельности рынка). Предлагается авторский алгоритм анализа конкурентной среды рынка, включающий: описание основных источников информации для анализа рынка; оценку конкурентных сил, воздействующих на предприятие; расчет основных показателей интенсивности конкуренции; определение границ групп аутсайдеров, фирм со слабой, сильной конкурентной позицией и лидеров рынка; построение конкурентной карты рынка; разработку стратегии развития предприятия. Новизна авторского подхода заключается в том, что в нем представлена взаимосвязь видов и уровней анализа конкуренции (как оценка конкурентных сил, воздействующих на предприятие, так и расчет показателей для построения конкурентной карты рынка), позволяющая оценить уровень конкуренции в отрасли всесторонне и глубоко. Информация, полученная в ходе такого анализа, позволит топ-менеджерам разработать грамотную и эффективную стратегию развития предприятия и тем самым повысить его конкурентоспособность.

**Ключевые слова**: конкурентная среда; рынок фасовочно-упаковочного и весоизмерительного оборудования; экономические показатели; маркетинговые показатели; конкурентные силы; оценка угроз; аутсайдеры; фирмы со слабой и сильной конкурентной позицией; лидеры рынка; конкурентная карта; маркетинговые стратегии.

**Competitive Environment Analysis of the Packaging and Weighing Equipment Market (Krasnodar Krai)**

**Kurenova Daria Gennadiyevna**, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department Marketing and Business Management, Kuban State Technological University, Moskovskaya 2, Krasnodar, 350072, Russia ([ipatovadaria@yandex.ru](mailto:ipatovadaria@yandex.ru))

**Mikhaylova Veronika Mikhaelovna**, Candidate of Economics, Associate Professor of the Department Marketing and Business Management, Kuban State Technological University, Moskovskaya 2, Krasnodar, 350072, Russia, ([nika157@mail.ru](mailto:nika157@mail.ru))

**Krivosheyevа Ekaterina Vasilyevna**, Senior teacher of the Department Marketing and Business Management, Kuban State Technological University, Moskovskaya 2, Krasnodar, 350072, Russia, ([keselz@mail.ru](mailto:keselz@mail.ru))

The approach to the analysis of the market competitive environment based on the main economic and marketing indicators (share, dynamics and market profitability) is described in the article. The authors propose the algorithm to analyze the competitive environment of the market, including: description of the main sources of information for market analysis; assessment of the competitive forces affecting the company; calculation of the main indicators of the competition intensity; definition of the boundaries of outsiders groups, firms with weak and strong competitive position and market leaders; creation a competitive market card; formulation of the enterprise development strategy. The originality of the author’s approach is in the relationship of the types and levels of competition analysis (the assessment of the competitive forces affecting the company and the calculation of indicators for creation competitive market card), allowing comprehensively and deeply to assess the level of competition in the industry. Information obtained in this analysis will allow top-managers to develop a competent and effective strategy for the enterprise development and thus to increase its competitiveness.

**Keywords:** competitive environment; market of packaging and weighing equipment; economic indicators; marketing indicators; competitive forces; threat assessment; outsiders; firms with weak and strong competitive position; market leaders; competitive card; marketing strategy.

На сегодняшний день рынок фасовочно-упаковочного, весоизмерительного оборудования, а также производства оборудования для разбрызгивания или распыления жидких или порошкообразных материалов в Краснодарском крае может быть охарактеризован как стабильно развивающийся, что объясняется ростом спроса на весоизмерительное оборудование, бетонные установки, отказом некоторых российских предприятий от приобретения упаковки для собственной продукции и желанием производить ее самостоятельно и т.д. [[1]](#footnote-1) [[2]](#footnote-2). В настоящее время на этом рынке работает много предприятий, которые являются в большинстве своем друг другу конкурентами. Все они занимают на рынке определенное место: кто-то лидер, кто-то аутсайдер, кто-то предприятие с сильной конкурентной позицией, кто-то со слабой. Зная, какое место на рынке занимают предприятия можно разработать грамотную и верную стратегию его развития и достичь высокого уровня конкурентоспособности.

Для определения места на рынке используют ряд показателей, расчеты по которым ложатся в основу построения конкурентной карты рынка. Алгоритм анализа конкурентной карты рынка представлен на *рисунке 1*.

Сбор финансовой информации по предприятиям-конкурентам

1 этап

Определение перечня предприятий-конкурентов

Данные торгово-промышленной

палаты

Справочник «Желтые

страницы»

Информация с выставок

Источники информации

Этапы проведения анализа конкурентной среды рынка

2этап

Данные торгово-промышленной палаты

Данные комитета статистики

Личные

коммуникации

Валовой доход, себестоимость реализованной

продукции и валовая прибыль

3 этап

Оценка конкурентных сил, воздействующих на предприятия

Оценка угрозы со стороны товаров заменителей

Оценка уровня внутриотраслевой конкуренции

Оценка угрозы входа на рынок новых игроков

Оценка рыночной власти покупателя

Оценка угрозы бизнесу со стороны поставщиков

4 этап

Расчет показателей интенсивности конкуренции

определение динамики рынка

определение интенсивности конкуренции (Ut) по динамике рынка

определение интенсивности конкуренции (Ur) по рентабельности рынка

Определение границ групп аутсайдеров, фирм со слабой, сильной

конкурентной позицией и лидеров рынка

5 этап

6 этап

Построение конкурентной карты рынка

7 этап

Разработка стратегии развития предприятия

Рис. 1. Алгоритм анализа конкурентной среды рынка

В соответствии с представленным алгоритмом авторами проведен анализ конкурентной среды рынка фасовочно-упаковочного и весоизмерительного оборудования Краснодарского края, который состоит из следующих этапов:

*1) Определение перечня предприятий-конкурентов.* Эту информацию можно собрать при помощи следующих источников: данные торгово-промышленной палаты, которая может предоставить все сведения о предприятиях определенной отрасли за определенную плату; данные справочника «желтые страницы», в котором все предприятия сгруппированы в отрасли, даны их адреса и телефоны; посещение выставок, в которых участвуют предприятия определенной отрасли, и где можно собрать данные по всему их комплексу маркетинга.

Так, рынок фасовочно-упаковочного и весоизмерительного оборудования России в общей совокупности включает в себя 347 компаний указанной отрасли, при этом в Краснодарском крае функционирует 15 компаний (4,32% от общего количества)[[3]](#footnote-3).

*2) Сбор финансовой информации по предприятиям-конкурентам.* Эту информацию можно собрать при помощи следующих источников: данные торгово-промышленной палаты; данные по предприятиям, которые предоставляет комитет статистики; личные коммуникации между топ-менеджментом, касающиеся взаимовыгодного сотрудничества. Так, для изучения конкурентной среды необходимо собрать информацию о валовом доходе, себестоимости реализованной продукции и валовой прибыли. Все данные собираются за два периода: базовый и отчетный.

Финансовая информация по рынку фасовочно-упаковочного и весоизмерительного оборудования Краснодарского края представлена в *таблице 1*.

Таблица 1

Финансовые показатели и рыночные доли предприятий

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Предприятие | Валовой доход на конец 2014г., тыс. руб | Рыночная доля | Валовой доход на конец 2015г., тыс. руб | | Рыночная доля |
| 1 | ООО «Кубаньвессервис» | 422 866 | 0,14 | 514 008 | | 0,15 |
| 2 | ООО «Новые Весовые Технологии» | 102 003 | 0,03 | 167 330,6 | | 0,05 |
| 3 | ООО «Машприбор» | 313 092 | 0,10 | 440 784 | | 0,13 |
| 4 | ООО «КВС» | 31 000,7 | 0,01 | 39 931 | | 0,01 |
| 5 | ООО «ВИЛМА» | 29 600 | 0,01 | 34 659 | 0,01 | |
| 6 | ООО «Армалит Плюс» | 124 000 | 0,04 | 178 455 | 0,05 | |
| 7 | ООО «Кубань-Мегавес» | 317 924 | 0,10 | 441 539 | 0,13 | |
| 8 | ЗАО «Весосистемы» | 367 459 | 0,12 | 395 155 | 0,11 | |
| 9 | ООО «Фирма «Наука, технология, строительство» | 25 790,5 | 0,01 | 29 755 | 0,01 | |
| 10 | ООО «Фирма«Югвессервис» | 312 000 | 0,10 | 347 510,8 | 0,10 | |
| 11 | ЗАО «Крымскторгтехника» | 269 511 | 0,09 | 213 431 | 0,06 | |
| 12 | ООО «Весоизмеритель» | 197 222 | 0,06 | 146 996,4 | 0,04 | |
| 13 | ООО «Восточно-Европейская Весовая Компания» | 17 335 | 0,01 | 23 485,6 | 0,01 | |
| 14 | «Тихорецктехмаш» | 229 745 | 0,08 | 257 139 | 0,07 | |
| 15 | ООО «СПТС» | 285 631 | 0,09 | 249 376,1 | 0,07 | |
|  | Итого: | 3 045 179,2 | 1,0 | 3 479 555,5 | 1,0 | |

1. Фицурина М.С., Кузнецова О.А. Разработка инструментов маркетингового управления для адаптации предприятия к изменяющимся условиям рынка // Scienceand Life Proceedings of articles the international scientific conference. Czech Republic, Karlovy Vary - Russia, Moscow, 28-29 April 2016. Editors prof. I.P.Klimov, I.V.Ignatko, V.B.Mantusov. 2016. С. 82–89. [↑](#footnote-ref-1)
2. Зубин С.И., Тультаев Т.А. Видоизменение методологии анализа пяти конкурентных сил Портера при разработке стратегии развития компании на конкурентном рынке // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2014. № 2. С. 79–83. [↑](#footnote-ref-2)
3. Бизнес-справочник ЭКОМ. URL: http://yecom.ru/category/292420/page/9 (дата обращения 15.08.2016 г.). [↑](#footnote-ref-3)