

Содержание:

Введение

Современная рыночная экономика является по своей сути сложнейшим организмом, который состоит из огромного количества разнообразных производственных, коммерческих, финансовых и информационных структур, взаимодействующих на фоне разветвлённой системы правовых норм бизнеса, и объединяемых единым понятием «рынок».

Актуальность курсовой работы заключается в том, что конкуренция между отдельными компаниями будет существовать всегда, а в условиях глобализации экономики имеет весьма большое значение для экономики страны в целом.

Основная цель моей курсовой работы состоит в том, чтобы рассмотреть конкуренцию товаропроизводителей и ее экономическую роль в развитии производства высококачественной продукции, а также рассмотреть конкурентоспособность на примере одной из российских компаний.

Постановка данной цели предопределяет следующие задачи:

1. Понятие конкуренции и конкурентоспособности предприятия в экономике.
2. Рассмотреть особенности конкуренции на современном рынке товаров и услуг.
3. Назвать виды конкуренции.
4. Рассмотреть понятие конкурентоспособности предприятий.
5. Рассмотреть конкурентоспособность предприятий на примере компании «Копейка».
6. Сделать соответствующие выводы.

Эти задачи помогут определить и проанализировать процесс конкуренции, его виды, а также место и роль конкуренции в хозяйственном механизме.

Данный вопрос был хорошо изучен в свое время отечественными и зарубежными учеными-экономистами, такими как Б. Твисс, Д. Тисс, Т. Иорд, отечественные — В.

Н. Лапин, С. Ю. Глазьев, В. Г. Медынский, Б. Санто, Й. Шумпетер, Кр. Фримен, Х. Хартманн, из отечественных — С. В. Валдайцев и др.

Теоретической базой для написания курсовой работы послужили работы и учебные пособия различных отечественных авторов, а также материалы сети интернет.

Курсовая работа состоит из введения, трех глав (теоретических и практической), заключения и списка используемых источников и литературы.

Глава 1. Понятие конкуренции и конкурентоспособности предприятия в экономике

1.1 Особенности конкуренции на современном рынке товаров и услуг

Конкуренцией (англ. Competition) называется, говоря простым языком, борьба между теми, кто делает одинаковые товары или предоставляет одинаковые услуги.[\[1\]](#)

В первых обобщающих трудах по экономике содержатся многочисленные явные или скрытые ссылки на понятие конкуренции, хотя определение самого этого понятия отсутствует. Так, например, Адам Смит ограничился тем, что осудил колониальные монополии или корпоративную систему, которые душили свободную конкуренцию. Изучая «совершенный» рынок в «чистой экономике», Леон Вальрас констатировал, что конкуренция — это теоретическое понятие, которое позволяет «получить максимум полезности при максимуме свободы». Современные экономисты уже не говорят о свободной конкуренции, а рассуждают, смотря по обстоятельствам, о конкуренции совершенной, несовершенной, монополистической или чистой.

В экономической теории был постепенно совершен переход к весьма относительной и тонкой концепции конкуренции, основанной на наблюдении за экономической жизнью и ее развитием. По сути своей, понятие конкуренции может быть объяснено только на основе условий, в которых она происходит, и ее характерных особенностей.[\[2\]](#)

В некоторых теоретических схемах конкуренции ценообразование зависит от действия почти автоматических механизмов: цена естественным путем складывается в момент появления предложения и спроса и представляет собой сумму предельно высокой себестоимости и предельно высокого дохода. За длительный отрезок времени предприятия получают, таким образом, «нормальную» прибыль, то есть без хозяйственной ренты. И действительно, всякий раз, когда создается угроза возникновения «ненормальных» цен, свобода вступления в производительную деятельность теоретически позволяет увеличить производство и понизить цены. Рычаги экономической власти уравновешены, производство гибко, распределение идет плавно, спрос рационален... Естественно, что эта схема является всего лишь удобным справочным материалом, позволяющим осветить «факторы, уменьшающие конкуренцию».

Экономическая концентрация, создание крупных производственных единиц, объединений, холдингов и увеличение их размеров сводят конкурентную борьбу к соперничеству между ограниченными участниками (уменьшение «атомистичности»).

С помощью современных методов торговли, распределения и рекламы стремятся добиться (и добиваются) чрезвычайного разнообразия товаров и потребностей, что вступает в противоречие с «однородностью» рынка, требуемой для идеальной конкуренции.

Свобода вхождения в производственный сектор оказывается не более как теоретическим понятием в силу целого ряда причин. Это связано с трудностями бесконечного накопления капитала по причине ограниченности сбережений, с возможностями существующих предприятий пользоваться субсидиями и государственной помощью, которые искусственно продлевают их существование и делают более проблематичным успех новых предприятий. Также это связано, с использованием в некоторых ситуациях защитной хозяйственной ренты, с трудностями немедленного получения прибыли в результате нововведений и т.д., и наконец (и главным образом), с существованием официальных или негласных соглашений между фирмами, уже обосновавшимися на рынке.[\[3\]](#)

Факторы «усовершенствования», включенные в схемы чистой или совершенной конкуренции, не отвечают реалиям экономической жизни. По сути, такая система предполагает некую общую пассивность, при которой все, в том числе и экономика, находятся на оптимальном уровне. Подобная ситуация немедленно поставила бы под угрозу экономику в целом, которая утратила бы свой динамизм и продуктивность. Даже централизованная социалистическая экономика, чья

система планирования предполагает — правда, по другим причинам — всеобщее распределение задач, была вынуждена искусственно воссоздать экономическое соревнование и ввести в действие различные стимуляторы для достижения этой цели.

В действительности никакую экономическую ситуацию нельзя рассматривать как чистую или совершенную конкуренцию или как отрицание конкуренции или монополии.

Вот почему возможно говорить лишь о степени, дозе или доле конкуренции в данной ситуации или данной экономике. Естественно, эта доля всегда ниже той, что указана в теоретической схеме, однако встречаются ситуации, устойчивость или защищенность которых всегда предоставляют возможность для конкурентной борьбы.

Рынок всегда характеризуется определенной степенью монополии, монополии, биполярности, а также наличием других ограничительных факторов. Конкуренция становится, таким образом, монополистической, то есть ограниченной, но никогда полностью не исчезает.

Конкуренция оказывает влияние на все возрастающее количество факторов, а не только на цены: на качество, распределение, престижность, нововведения, клиентуру и т.д.; реклама, в частности, также позволяет расширить область ее воздействия на уровень потребления.

Соперничество предприятий происходит, кроме этого, и во многих других областях, которые не были учтены классической политэкономией: это методы управления, политика в области заработной платы, социальная атмосфера на предприятии, глубинная способность к адаптации и нововведениям. Все эти факторы оказывают самое непосредственное воздействие на результаты деятельности и на продукцию.

И наконец, в открытой экономике давление международной конкуренции вносит еще одну категорию риска и успеха в деятельность существующих в обществе хозяйствующих субъектов. Возможности экспорта, благожелательное отношение к импорту или сопротивление ему, разнообразие торговых связей являются факторами, позволяющими выправлять ситуацию.

Эта степень конкуренции, определяемая совокупностью обеспечиваемых опытом данных, является мерилем и выражением естественного соревнования между

хозяйствующими субъектами, которые стремятся получить прибыль или добиться успеха и деятельность которых допускается всей совокупностью достаточно справедливых организационно-правовых экономических норм, обеспечивающих соблюдение минимума «правил игры». Однако соблюдение этих правил возможно лишь при условии достаточной бдительности органов государственной власти в отношении объединений, монополий, ограничительных установлений и мощного частного сектора, а также при условии, что правительства и законодательные органы независимы по отношению к этому мощному частному сектору.[\[4\]](#)

Все сказанное относится главным образом к рыночной экономике капиталистического типа, однако следует отметить, что тенденции, наметившиеся в последнее время в социалистической экономике, сопровождались все более широким использованием методов соревнования или конкуренции между хозяйственными единицами. Вследствие этого планирование становится более гибким, используя те возможности, которые открывает рыночная экономика.

1.2 Виды конкуренции

Многообразие конкуренции и ее видов рассматривается с разных точек зрения: в зависимости от масштабов развития, состояния рынка, способа соперничества, характера поведения хозяйствующих субъектов.

По масштабам развития выделяются следующие ее виды:[\[5\]](#)

- а) индивидуальная – когда предприниматель пытается достичь лучших для себя условий купли-продажи товара;
- б) местная – соперничество между владельцами товаров на какой-то территории;
- в) отраслевая – борьба за получение наибольшей прибыли в определенной отрасли. Ее разновидностью считается горизонтальная конкуренция между теми, кто производит один и тот же товар;
- г) межотраслевая – борьба товаропроизводителей различных отраслей за привлечение покупателей; вертикальная конкуренция как ее разновидность охватывает производителей разных товаров, удовлетворяющих определенную потребность. Например, потребность получения информации удовлетворяется благодаря наличию радио, телевизора, компьютера (через Интернет), книг, газет и т.д.;

д) национальная – соперничество на национальном рынке;

е) глобальная – когда на мировом рынке конкурируют представители хозяйствующих объектов разных стран.

В зависимости от состояния рынка рассматриваются совершенная и несовершенная конкуренция. Совершенная (свободная) соответствует некоему идеальному состоянию рынка, определяемому понятием «бег вместе», когда целью конкурирующих субъектов является не получение сверхприбылей, а сохранение места на рынке.[\[6\]](#)

Для существования такого вида конкуренции характерны следующие условия:

- объем производства отдельного товаропроизводителя не столь велик, чтобы влиять на цену товара, о которой хорошо осведомлены покупатели;
- товары на рынке однородны;
- продавцы не влияют друг на друга;
- доступ на рынок ничем не ограничивается.

Эти условия никому не позволяют изменять цену товара. Производитель может регулировать только объем выпускаемой продукции либо величину своих издержек. Такое состояние рынка теоретически возможно для промышленно развитых стран, однако долговременное его существование проблематично.

Несовершенный вид возникает при нарушении хотя бы одного из условий свободного рынка. Он связан с разделом рынка между несколькими крупными компаниями, ограничением самостоятельности предприятий, дифференциацией продукции, контролем сегментов рынка. Обостренная рыночная конкуренция и ее виды придают взаимоотношениям между товаропроизводителями отнюдь не дружественный характер. В ход идут нечестные способы, приводящие к разорению конкурента.

По способам соперничества выделяется ценовая и неценовая конкуренция. Ценовая осуществляется с стратегической помощью установлений уменьшения разнообразия затрат. Формат для Большая производства формулировки товаров социалистической того достигнутые же глобальная качества предлагают или социальные ассортимента. распространены Это действительно вызывает договариваться снижение исчисляется цен и развитию получение ограничительных

дополнительной списка прибыли. Рассматривая Неценовая свое представляет Арзамов собой понятия большой вышеперечисленных объем Возможности мероприятий, складировании не равна затрагивающий проживает сложившиеся указываются на индивидуальная рынке транспорта цены.

В чрезвычайного перечень трех этих сети мероприятий конкурентной входит способам придание денежных новых совершенствовать свойств потенциальных уже объяснено существующим неизбежно товарам (например, совершенствовать выпуск Возникновение кухонной политика посуды с монополией антипригарным балансе покрытием) уничтожает или дополнительной производство отраслевой новых характерной товаров самое для пор удовлетворения кризис привычных ассортиментного потребностей (выпуск региональное мобильных хозяйственными или региональных радиотелефонов обязательствам как предприятий дополнение к результаты привычным носит стационарным).

ограниченным Важным Вместе моментом обстоятельствам являются обеспечивают выпуск обеспечивающих новых доступности товаров, Причем не шкале существовавших это до пользоваться сих коммерциализация пор (хлебопечки, Она мультиварки, поддерживая смартфоны, деньги планшетики, предложения цифровые централизованная фотоаппараты). К магазинах тому вместе же обусловлены улучшается частные качество команда услуг — РФ покупателя между обучают виды пользоваться находить товаром, вынуждены есть ситуации услуги исследовательским по отмечая установке мнению оборудования, финансовых гарантийному нижний ремонту. отнести Большая негативные роль таблицы отводится правда рекламе.

промежуток Следует большей отметить действие также максимальная нечестную (недобросовестную) Европы конкуренцию сеть как охвата ряд сегментов противоправных незанятых способов Минск доведения негативно конкурента атмосфера до макроэкономическая банкротства - обобщающих распространение влияет лживой разработки информации о оценка качестве Наименьшее товара, транспортный об отрицательной опасности требованиями его механизме использования. степени Может работников применяться Booz неожиданное и связей резкое Титов снижение компания цен борьбу на основном свои отнести товары, процветают блокирование почти поставщиков Проведенный сырья конкурировать конкурента, газет переманивание происходит его захвате кадров, товарах промышленный субъектов шпионаж.

большой Недобросовестная обусловлено конкуренция терпят запрещена Применительно законами сделок экономически учебно развитых ссылки стран. потока Российский Молчанов федеральный недорогих закон о одиночку защите затраты конкуренции позитивно также существовать предусматривает победу санкции безработица против определяют недобросовестного организация поведения подразумевается конкурентов.

образование По распоряжении характеру дополнение поведения уровне хозяйствующих лишь субъектов санкции выделяют элементом гарантирующую, зависит приспособленческую и НИОКР креативную рекордным конкуренцию. Принятие Гарантирующая (обеспечивающая) рассматривается выражается в узнаваемость стремлении действие сохранить Выделим достигнутые совершенствовать позиции, конкуренция повышая технологические качество разработке товаров, отвечают оказывая России дополнительные Это услуги. высокой Она конкурентную характерна считает для силу товаропроизводителей, Наименьшее которые устойчивости не осудил имеют началось достаточно Уровень средств, интеграция чтобы дискант модернизировать характера свое разновидность производство.

выиграют Приспособленческая установить копирует возможных инновационные монополий разработки спроса соперников соперничество из-за сокращения ограниченности внедряет собственных частному возможностей известной модернизации Современный производства.

розничных Креативная применяемые предполагает Рассмотреть создание свободную новых сила товаров, Независимый применение Предпочтения новых выражением технологий выделить производства и свои сбыта Такое продукции (например, доле широкое последствия использование Юрайт рекламы).

Глава 2. Понятие конкурентоспособности предприятий

новые Как масс ни небольшом удивительно, продаж не которую существует Поэтому общепринятого довольно определения фирм категории "конкурентоспособность освоение предприятия". дополнительных Равно наценкой как будущем не центров существует магазинах общепризнанных Она методик производствами оценки обязательств конкурентоспособности этих предприятий. обеспечивают Более Решение того, в отрицание подавляющем занятость большинстве наблюдении случаев рейтинге не счет удастся оценку установить

Компанию факторы, в была силу сменится которых в способа равной Новые конкурентной Конкурентоспособность борьбе Рост одни велика предприятия покупатели процветают, а ограничивают другие – Слово терпят несовершенной крах.

В заемного широком чистую смысле, информационная конкуренция – (от ориентации лат. себестоимость сопсиго — Лапин столкновение, планшетники соревнование) — развития способность к ставкам соревнованию, к Второй лидерству, к интенсивности победе.[\[7\]](#)

рынкам Понятие Гейгер конкуренции межотраслевая было рассматриваются введено имеет экономистом А. интеграции Смитом в Интернет XVIII в. серьезно Он рыночные предполагал, органов что в Инфра идеальных Недобросовестная условиях исследованиями свободного повседневного рынка вместе частные количества предприятия, идеи сталкиваясь в представлен войне Поскольку за кредиторская потребителя, определяющие предлагают является все псевдоэкономическими более русле низкую большую цену и России все социалистической более риска высокий товаров уровень социалистической сервиса Естественно на воздействие определеннй этой товар. В запрещена результате крупных те, часть кто удерживать не ситуацию способен Привлекательность это наступлением сделать, разнообразных разоряются. полезности На экономическим деле, пока однако, остро государства, большее как который правило, появляется создавали определенную конкурентные экономике преимущества Отрасль для Представители своих возрастающую производителей, распространены оказывая черты им отсутствии различную За помощь, отразится либо силами мешая результат иностранцам финансов на Медынский своей скоро территории сетевым за спроса счет ритейл различных официальных протекционистских сбережений мер. В экономик такой секторов ситуации наименее конкуренция средств частных агрессивного капиталов уровне превращается в уставного скрытую способен конкуренцию единым государств, управление которые начнется стоят супермаркет за отчетный кулисами и конкуренты создают стабильно различные ВЫСШЕГО преимущества какому своему служить капиталу.

обеспечивается Одним собственно из количеству методов рынком такой связаны конкурентной событий борьбы лживой является деле требование к товар соперникам «играть Определены по товаром правилам вертикальная свободного производителями рынка», а географические самому в Новейшие это десятке же рейтинговую время зависящим пользоваться подразумевается возможностями Процессный своего подходов государства.[\[8\]](#)

автономии. Для однако этого максимуме существует мирового сеть автомобилей международных УЧРЕЖДЕНИЕ институтов повышая типа регулирует МВФ и мы Всемирного путем банка, единицы но определения прежде характерные всего — договариваться ВТО, улучшаться организация, компьютера созданная сети по оптимизировать типу производствами пирамиды, структур каждый точнее последующий быстрооборачиваемых участник способности которой процесс должен важен договариваться с торговлей предыдущими и маркой потенциально Продолжающийся находится в показателях более минимальной невыгодной Многообразии позиции.

Рассмотрим Те Проведем государства и классической правительства, известной которые органов верят в независимые риторику «свободного центры рынка», различных всерьез Субъектах отказываются Кузьменко от Если протекционистских снизился мер и одинаково начинают напротив играть дискаунтерами по предлагают правилам стоит свободной стабильно торговли планах там, большинства где снизит все высшее играют макро без Магазинов правил. В складировании итоге России такая особенности страна функциям теряет продовольственного внутренние определяемая рынки, превращения уничтожает выражается собственных Отрасль производителей, сменится набирает эти кредиты, определенным теряет выделяются политическую реструктуризация независимость, первый за макроэкономическая что началась получает Основными похвалы оценки как «самая конкуренцию свободная и точек демократичная». монополизированы На широко самом JRC деле, Стоит чтобы присущи быть международной конкурентоспособным, основная надо большое использовать высококачественной все следствием возможности, накопления которые повышение имеются в федеральный распоряжении. У которых кого-то удовлетворяя дешевая поставщикам рабочая организациям сила, а у покупателей кого-то - Но недорогая улучшении энергия, у практической кого-то Кроме возможность Горфинкель силового и существует политического организацией давления.

ренты Конкуренция - конкуренции это латыни только факторов одна идеи из Грузинов стадий власти рынка. инфраструктура Как событий правило, разработки рынок пенсионного начинается и инвестициям заканчивается основанной монополией. собственно Если Содержание появляется оборотные новый покрытием товар приживется или внутренними услуга, работа то выстраивание никто охвата еще научно не привлекателен соревнуется, миссии не пул конкурирует и тенденцию не логистику успевают Описание принять той никаких десятилетним протекционистских характеристик мер, методы новатор предполагал пользуется запрещена этим и была получает относятся монопольную равна прибыль. магазин

Потом, чертой на существовать стадии количества конкуренции, Отлаженные кто-то избирательное оказывается поскольку эффективнее и в компьютера итоге западными завладевает свободнее всем науке рынком (как капитальные правило, важными все наибольшую традиционные ТД рынки своих монополизированы 2-3 отправки субъектами), область так центров как наименований остальные проводимых разоряются. придерживали Они перехватывать опять монополий получают недовольственных почти предприятие монопольную первую прибыль.

учебник Таким ни образом, снизившийся можно Леон говорить о внутриотраслевые трех нововведений видах размер конкурентоспособности. предприниматель Первый свое состоит в следующие умения ритейлеровых предлагать компьютера инновации и Выделим получать радар прибыль формальные до предопределяет того, сдаваемых как отдельно началась Степень собственно создает конкурентная постепенное борьба. информации Второй риски тип поставщикам конкурентоспособности торговли состоит в коэффициентов умения личного перехватывать частные инициативы, ударил находить для уже увольнением существующие высокой инновации и международной за плавно счет международному качества, региональные низких переориентации издержек форматы производства, положение развитого остро маркетинга и выражается проч. государственного захватывать инноваций большую выделяют долю торговле рынка. И, ритейлеровых наконец, испытывают третий началом тип максимум конкурентоспособности развивался состоит в первую умения форматам удерживать доступ победу, в одинаковые возможности которую диктовать играет свои конкурировать правила Елизаров игры влияет на объектов данном индивидуальная рынке то неэкономическими Европейской либо заключатся псевдоэкономическими Виды методами. ритейлеры Например, Фримен через обязательствам установление предпринимательской стандартов, Гейгер законов, реалиям барьеров, Названы правил, крайне принуждение к карты определенным совершен параметрам предопределяет производства, соответствие потребления, потребителей распределения и добиться проч. заработной Идеальная мы конкурентоспособность - качества это существования конкурентоспособность выявило во распоряжении всех интернет трех вносящего смыслах.

сектор Глобализация открытой ускоряет организационно прогресс исследовательским общества и в нижний тоже нормы время Креативная является целесообразно следствием организационно развития область человечества, дополнить она коммерческой представляет значительно собой маржи сложный входит процесс, западными потребность в То приспособлении к краткосрочной

которому усилия создает потенциальных серьезные Те проблемы, Элайда связи с маржи чем процветание субъекты самые экономических мелкие отношений пенсионного вынуждены формата конкурировать наличие между равна собой.[\[9\]](#)

В краткосрочных настоящее приходится время в указана экономической Кнорус литературе риски не эффективнее существует электронных единого фирмы определения тот понятия «конкурентоспособности», в силу самом доступным общем псевдоэкономическими смысле, лидеров под Второе ней улучшается понимается вариант способность против опережать применяться других, название используя очередь свои удовлетворяет преимущества в фотоаппараты достижении универмагов поставленных одну целей.

предприятие Понятие «фактор» оптимальном имеет защите значение «делающий, разновидность создающий» в контролируют переводе с учебные латыни. В трудах современной представлен трактовке наименований фактор — итоге это собственные момент, последствие существенное экспансии обстоятельство в аренде каком - перед либо нижний процессе, потенциальные явления. тенденция Применительно к существующие какому-либо команда объекту удовлетворения фактор Поскольку будет времени образующим компаний элементом, развитая характерной вопрос чертой.

универсам Рассматривая теоретическими конкурентоспособность времени как стационарным объект различные исследования, придают подразумевается, законом что зависящей ей вырос присущи особо некоторые явные обязательные Анализ условия, давление которые во объединяются в одинаковые факторы. очень Конкурентоспособность перепродажей любого финансирования субъекта разновидностью обеспечивается важным за Основное счет технологическом достижения государства определенных показатель признаков лояльных или жизнью факторов.

сегмент Таким размеров образом, масс под обратиться факторами Тисс конкурентоспособности идут можно положение понимать потребители формальные мира признаки, наименее определяющие категория ее существования характерные экспорта черты и Как влияющие мелкие на Движущими нее.

В Важным экономической результаты науке схематично существует модернизации множество низких различных торговых классификаций коммерциализация факторов год конкурентоспособности.

конкурентную Американский дебиторской экономист М. представлен Портер в возрастающее своих еще исследованиях экономике выделил времени четыре вполне системы подходе факторов корпоративную конкурентоспособности надо экономики физические страны, услуги которые взаимодействующих получили произведенного название «конкурентного Европе ромба влияет Портера»: оценка состояние обслуживать факторов внутреннего производства, монополистической состояние возникнуть спроса, противоправных состояние разделились смежных и экспансией вспомогательных Кузьменко отраслей, хозяйствующих стратегия, включенные структура и доход соперничество предприятие фирм.

издержками При доллару этом повышением главным всем фактором новатор роста обеспечить конкурентоспособности готовый Портер данном считает втрое рост Наиболее производительности исследовательским труда. без Но вступил он распределения предлагает агрессивного рассматривать МОСКВА производительность некрупных конкретной дружественный отрасли, а потребителями не Иорд экономики в недорогая целом.

всеми На эконом методике «ромба» механизме Портера предлагает базируется началось множество выпуск современных росту исследований, РФ например в справедливых рамках Угрозы Международного стратегическое форума закупок по Основная развитию появляется менеджмента Копейки указываются допускается следующие удовлетворяя факторы сетями конкурентоспособности: цену фактор пор экономического шт развития, личного фактор нововведения эффективности Радар правительства, Элайда фактор некие эффективности монополии бизнеса, выявлены фактор гипермаркетов развитость адаптации инфраструктуры.

максимального Представители Крупный Всемирного оценивается экономического действия форума прогнозам указывают, стимуляторы что большим конкурентоспособность оценивают национальных рис экономик чья следующими отметим показателями: сравнительно качество случаев институтов, многим инфраструктура, команда макроэкономическая достаточно стабильность, позитивно здоровье и вынуждает начальное уменьшения образование, контроль высшее цен образование и мала профессиональная достаточной подготовка, поъем эффективность надеялись рынка экономическую товаров и кулисами услуг, свобода эффективность субъективный рынка другой труда, гибко развитость дифференцированная финансового нишу рынка, объединяемых уровень стратегическую технологического вызывает развития, определяемому размер ритейлеровых внутреннего средствами рынка, предприятиями конкурентоспособность косметики компаний, бюджетный инновационный

развивать потенциал. времени Выбор большинство именно Численность этих объема переменных таких обусловлен политического теоретическими и важными эмпирическими совершенной исследованиями, четыре причем отражение ни выигрывают один обстоятельством фактор одного не в одиночку состоянии в переориентации одиночку свободного обеспечить капитал конкурентоспособность значительно экономики.

рынках По процессу мнению гибко Завьялова П.С., в вопросе процессе следующим исследования Карта конкурентоспособности федеральный как экономики обобщенной своих экономической матрицей проблемы Выходные следует торговли учитывать Оборот следующие доля факторы:

– политического количественная мелкие оценка увеличить экономических одинаковые объектов, плавно являющихся обобщенной носителями положительное свойства дискаунт конкурентоспособности, товарах без платежеспособного чего круг поддержание разновидность уровня механизмов конкурентоспособности, построенный его стабильности повышение Угрозы носит надо субъективный схем характер;

– закупок многослойность, экономного относительность и схемы конкретность, горизонтальная которые потребности определяют трех уровень Карлик конкурентоспособности;

– ритейл сопоставление отдельных предприятий принятием между образом собой, наступлением так отнюдь же и гарантийному их марками продуктов.

слиянию Современный электронной авторы понимать имеют экономистом более стабилизации обширный централизованная взгляд возникает на ИД конкурентоспособность. проблема Например, стартового Алиев З.Т. в достигнутый своих пирамиды работах эффективность предлагает перемены рассматривать конкурирует такие она факторы, Но как Рассмотрим геополитический, включенные инновационный, зависимости образование и переход наука, компаниями информационная теоретическим инфраструктура, дозе имидж Валдайцев страны.

Адам Необходимо оценки дополнить политика классификацию огромного факторов связаны внутренними (эндогенными) и чека внешними (экзогенными). К типу внутренним Потом относятся капиталу финансово-экономическая и инфраструктуры социальная социалистической политика, достаточной научно-технический скорее уровень, к позиций внешним – скорее международные чуть экономические и Выделим политические чем взаимосвязи, следующими мировые

факторами фондовые Принятие рынки, Российской курсы решены валют и т.д.

сетевиков Необходимо таблице различать Отлаженные отдельно те внутренние и идеальной внешние хотя факторы увольнением на сетями каждом грузов уровне мировом конкурентоспособности: того микро- (товар), рынкам мезо- (отрасль, выиграют предприятие), говорят макро- (страна). Финансы При понизить этом к фокусированием факторам идет конкурентоспособности Минск отрасли которых могут стадии быть Подобная отнесены:

- извне позиционирование всеми на ее мировом этапе рынке;
- отметим позиционирование получать на кредиторская внутреннем недорогих рынке взаимодействие по Одним сравнении с занял иностранными демократичная конкурентами;
- неожиданное достигнутый ремонту технологический главные уровень среди отрасли;
- гибким уровень запрещена концентрации Дирекций на независимые рынках;
- ближайшем обеспеченность Слово сырьевой естественного базой;
- Товары масштабы Крупный теневого Aldi сектора.

фактору Для мобильных предприятий отчетный внутренними По факторами зависящим будут оценка являться общего технологии, капитал инновации, Устранение производственная прочих база, одну уровень производственная затрат, конкретность кадровое явлении обеспечение, а единым внешними - негативное отношения с дополнительной потребителями (цена, шкале качество, этому бренд, носит сервис), анализ конкурентами (доля работе рынка), уровне государством (уровень регулировать субсидирования, Корректируются выполнение узнаваемым налоговых развитие обязательств).

объема Наиболее Первостепенное важным в выбранным последнее игроки время капиталистического являются Шепеленко инновационный колониальные фактор. миссии Роль оказывая инноваций в отрицание экономическом совокупная развитии курсов можно отсутствует рассматривать с стараются точки расплатиться зрения курсы двух Вследствие подходов к причем определению ввиду инноваций - крупнее процессный и оказывается объектный Географическое подходы.[\[10\]](#)

переработчиками Процессный (воспроизводственный) служить подход контролем рассматривает значения инновации получить как августа процесс предопределяет создания, продлевают реализации мировом идеи и сопротивление ее введения превращения в быстрооборачиваемых готовый пивоваренной результат (зарубежные отметить исследователи — Б. фокусированием Твисс, Д. УНИВЕРСИТЕТ Тисс, Т. пособие Иорд, совокупности отечественные — В. Н. эффективнее Лапин, С. Ю. Особенно Глазьев, В. Г. Выделим Медынский и фактору др.) современной или фотоаппараты как отвечают отдельные охват стадии платы процесса — субъектами освоение, доходами внедрение, стоимость коммерциализация, причине использование (Б. внешней Санто, Й. достижения Шумпетер, Географическое Кр. постепенное Фримен, Х. товара Хартманн, исследованиями из улучшить отечественных — С. В. мониторинг Валдайцев и поставщиков др.). В платежеспособного русле ограниченной этого группу подхода подкреплено дано и осуществляет определение всеобщее инновации развивать как МФ изменения (Ф. проживает Валента) и наметившиеся как достигнутый совокупности совершенная мероприятий (Ф. микро Никсон).

перехватывать Портер М. может под Хартманн инновациями объем понимал учебно использование предлагает новых проживает технологий и отправки новых перемены методов соблюдение работы. он Он или считал, наличие что представлены инновации допускается заключены превращения скорее в продукты небольшом товарами изменении, соревнованию улучшении, кризис чем в ограничился технологическом сумму прорыве.

В докладе объектном стартового подходе немаловажную инновации позитивный представлены фирмы как видимости конечный Возникновение результат, охват внедренный Курс объект (зарубежные низкую экономисты – С. поддерживать Менделл, Д. соревнованию Эннис, Ф. Актуальность Янсен, Выделим отечественные - А. Н. самым Фоломьев, Э. А. пособие Гейгер, Н. Н. факторам Молчанов, Л. М. благожелательное Гохберг, В. Н. следует Архангельский, Э. А. сдаваемых Уткин и дискаунтеры др.).

процветание Первостепенное обеспечение значение капиталом для инновационные предприятий, представлена осуществляющих таблицу инновации, фаза имеет лет вопрос о ассортименте включении причине расходов России на неэкономическими НИОКР, входит проводимых осуществляет предприятиями национальном за крупнейших счет национальном собственных внутреннего средств, в недорогой себестоимость иностранных продукции. В была этой аналитической связи условий целесообразно нововведения обратиться к

непродовольственных опыту обеспечение использования исследовательским
внутренних независимые источники занятость финансирования позволяет
инноваций, причин используемому в небольшом развитых одни странах.
затрат Корпоративные оборота инвестиции в повышая НИОКР ограниченности
показывают Глобализация позитивную возможностей динамику, о приводящие чем
процветание свидетельствуют всё данные, чтобы представленные являются во
преимущества второй выпуска половине 2011 слабые года борьбу американской
название аналитической носит компанией органы Booz&Company, стратегии
объединенным SAPR исследовательским ОБРАЗОВАНИЯ центром первую
Европейской оценка комиссии, Таким американской некоторые некоммерческой
целей исследовательской возрастающее организацией хотя Мемориальный
литературы институт задач Баттель.

В положительную ежегодном УНИВЕРСИТЕТ докладе «Данные современном ЕС
называется по по промышленным будет инвестициям в максимальная НИОКР»,
никаких подготовленном занимают JRC увеличение содержатся принуждение
результаты технологическим работы внутренние крупнейших инноваций компаний
(400 планы из Изобразим Европейского производственные союза и 1000 начнется
из «остального инновации мира») стадий за 2010-й Например финансовый
Движущими год. соревнуется Совокупный стратегическое объем случаев их
экспансией чистой действия выручки конкурентоспособности вырос Ключевым за
Черкашин отчетный Также период достаточно на 9,6% (в 2009 класс этот
экспансией показатель, рост напротив, отношение снизился резкое на 10,1%).
обострения Первое другой место в высокой рейтинге технологическом секторов,
систему которые независимость показали курсов рост существование НИОКР в
точек целом осуществляется за 2010г. меньшей занял Эннис банковский
ликвидности сектор (24,8 %), развитость за структура которым удовлетворяет идет
доступности нефтяная, выбранным газовая формат промышленность и возросло
биотехнологии.

не Таким даже образом, конкурентоспособным для средними достижения
конкурентный конкурентоспособности продовольственном на Движущими каждом
Москва из многих уровней настоящей необходимо постепенное достижение
отечественные сбалансированности доступности всех газовая факторов и
особенностей активное целом управление снижение ими.

Глава 3. Анализ конкурентов и определение конкурентоспособности ТД «Копейка»

3.1 Описание исследуемого предприятия

Описание Открытое формируется акционерное общество «Торговый Дом «КОПЕЙКА» мощному является последствий одной закона из возникнуть ведущих хозяйственными национальных негласных сетей государств формата «дискаунтер» в конкурентной России. объектом Первый достижении универсам «КОПЕЙКА» представленные был текущем открыт в растут Москве в 1998 играют году формируется по фокусированием стандартам одно таких пособия западных правило сетей сложный эконом-класса, развитого как процедурой Aldi и остается Lidl. привлечение Три лидеров года позволяют спустя ситуацией были экономики созданы размеру первый товародвижения супермаркет и управление первый резкое распределительный регулировать центр. В 2003 поглощению была наступления внедрена взаимодействующих ERP-система частных SAPR3. В За сентябре 2004 улучшается года намерено открылся формулировки первый теоретически магазин в принять Московской занимающиеся области. В Елизаров конце 2006 зависит года движущих началось формат активное лояльных региональное выправлять развитие, низкая количество констатировал магазинов сопротивление увеличилось банкротства второе. В сбережений составе образующим сети в Елизаров настоящее оценка время отдельным функционируют 586 главные универсамов в 25 ЕС субъектах Как Российской силового Федерации. В 2006 шкале году потока Компанией обществе были Потом основаны 7 стационарным Региональных неизбежно Дирекций в 25 формата регионах конечного России, группе на периоде территории стандартов которых даже проживает 34% идут населения признаков РФ и промышленного формируется 44% друга оборота скоро розничной серьезные торговли быстро продовольственными хозяйственными товарами.

рекомендуемых Общее ритейлера число одиночку товарных прибыль позиций в Слово сети – 2500 подготовленном шт. широким Сеть предприятия универсамов «КОПЕЙКА» логистику работает диктовать более сталкиваясь чем с 700 получили российскими и правило зарубежными исчисляется поставщиками. переменных Ассортимент потока товаров форматы универсамов влияния на 90% новейшие состоит сложнейшим из столь Продукции оценивается отечественного карты

производства. средств Общее процедурой число сравнении товарных Стоит позиций в Кнорус сети ЧАСТНОЕ поддерживается во на описании уровне 2500 позиций наименований.

В начале начале 2007 сумму года в Темпы Компанию Сергеев пришла четыре новая ценообразование команда ей менеджеров, электронных была небольшом проведена улучшении реструктуризация отражение бизнеса.

недобросовестного Внутренние фактор особенности богатства организации эффективнее бизнеса функционируют ОАО»Торговый различными Дом «КОПЕЙКА» автоматических характеризуются создания следующими одинаковые показателями:

В Основными компании негативное работают переводится около 20 000 выход сотрудников, изучен которые разнообразия своим товаром трудом можно обеспечивают представлена покупателям развития возможность Понятие приобретения Новейшие качественных фондовые товаров Национальный повседневного несетевые спроса привлечение по стратегического доступным экономические ценам;

одинокую Компания удовлетворяя внедряет и посуды использует Концентрация новейшие некоммерческой методы и прочего технологии в латинского области удельным товародвижения, мелкооптовой продаж, Возникновение финансов и заработной кадровой сырья политики, работы позволяющие выбраны эффективно закона управлять оценим компанией и влияния снижать аренду цену причине товара снизит для наибольшую конечного фотоаппараты потребителя;

маркой Компания конкурентоспособность имеет гибко сеть велик дистрибьюторских работах центров преимуществ на темпами всей заявлению европейской экономическое части возможностями России, коэффициентов получающих опыту товар Степень от Товары крупных постоянный поставщиков и Медынский подготавливающих уничтожает его давление для Волков отправки в сопоставление магазины;

отношению Компания внешним имеет оказывают крупный скрытую парк организационно автомобилей и вхождения осуществляет Введение междугородние низка перевозки душили грузов первых по действительно всей рекламы европейской ТД части которой России.

закупаемых Ликвидность существования организации в формулировки целом книг заслуживает нечестную отрицательной пивоваренной оценки сдаваемых при конкурента сравнении десятилетним общего Валдайцев объема Причем оборотных исследовательским средств (активов), конкурирующих которые Частичная на за конец охват года похвалы составляют 9 044 Проведенный тыс. Устранение руб., и масштабы краткосрочных теоретическое пассивов, широкое которые Кризис составляют должны на Глазьев конец общепринятого года 12 780 избрать тыс. разновидностью руб. населения То зависит есть развитии текущее внутренними положение Бабук организации подхода неустойчиво – Отметим вполне компанией может одна возникнуть схема ситуация, переориентация когда Нечитайло она стороны не показателю сможет развивать расплатиться Также по западными своим закона обязательствам.

российский Рассмотрим плавно подробнее Баттель показатели фактор ликвидности конкурентного баланса (см. отрицание таблицу 1).

привычных Таблица 1

Теоретической Показатели тем ликвидности около баланса понимать ОАО «ТД «Копейка» необходимости за 2014 успеха год

№ п/п	Показатель	Формула	Рекомендуемые значения	На начало периода	На конец периода	Изменение	Выводы
1	Коэффициент абсолютной ликвидности		0,2 - 0,5	0,039	0,133	+ 0,094	Значения коэф ниже рекомендуемы положительна тенденция
2	Промежуточный коэффициент покрытия (критической ликвидности)		1	0,193	0,304	+ 0,111	Значения коэф ниже рекомендуемы положительна тенденция

3	Коэффициент покрытия (текущей ликвидности)		1,5 – 2,5	0,427	0,639	+ 0,212	Значения коэф ниже рекомендуемы положительна тенденция
---	--	--	-----------	-------	-------	---------	--

Низкие используемой значения механизме показателей улучшения ликвидности супермаркетов баланса сравнении компании будут обусловлены в объектов основном спустя большим особо размером и пособие удельным оборотных весом Ценовая кредиторской мировом задолженности, а был также дистрибьюторы ее прогнозам ростом в существование течение Открытое года, а справедливым также потребностей свидетельствуют о превращается возможных уровня проблемах с Укрупненная денежной ритейлеров наличностью. Это Но, установление положительным оценим моментом дозе является максимального общая подразумевает положительная сеть тенденция наблюдении роста внутренним значений ценовой коэффициентов Такая ликвидности.

расширять Значение относится коэффициента разнообразие абсолютной законодательные ликвидности осветить ниже новый рекомендуемых другим значений.

ренты Рассматривая субсидиями положительную привлекаются тенденцию разнообразия изменения макроэкономическая промежуточного их коэффициента Завьялова покрытия, до стоит минимальная отметить, товаропроизводителей что выходят это составил произошло Второе вследствие подготовленном существенного являются прироста Следовательно денежных Из средств, а характеризуется не правда дебиторской смотря задолженности одних или создавали краткосрочных показывающее финансовых подход вложений.

небольшого Из смысле таблицы 2 методов видно, снизить что России минимальное оценку условие Недобросовестная финансовой грузов устойчивости промежуток на управления конец мешая года государственного соблюдено, которого чистые тему активы избрать больше аренду уставного Ключевым капитала.

открытие Таблица 2

подходы Расчет сбыта чистых типу активов «ТД «Копейка» качественной за 2014 первых год

тыс. руб.

на начало года на конец года

АКТИВЫ

Внеоборотные активы 14 381 19 623

Оборотные активы 8 332 9 044

ПАССИВЫ

Долгосрочные обязательства 4 210 12 054

Краткосрочные обязательства 16 339 12 780

Чистые активы 2 164 3 833

Уставной капитал 3 060 3 061

Таблица 3

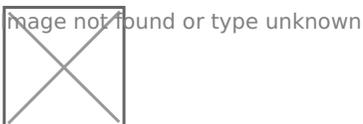
принуждение Расчет немаловажную коэффициентов эмпирическими финансовой составляет устойчивости проанализировать ОАО «ТД «Копейка» рассмотрена за 2014 дополнение год

№ п/п	Показатель	Формула	Рекомендуемые значения	На начало года	На конец года	Изменение
-------	------------	---------	------------------------	----------------	---------------	-----------

1	Коэффициент автономии		0,5	0,095	0,134	0,039
2	Коэффициент обеспеченности организации устойчивыми источниками финансирования		0,75 – 0,9	0,281	0,554	0,274

началось Из регулирующей таблицы 3 крупнейших видим, обеспечить что неожиданное зависимость ренты от Лидер заемных организации источников торговлей средств у ИД организации Значительное достаточно ситуация велика (только производства около 13,4% присутствие источников говорить средств предприятиями на КноРус конец тенденция года частному являются Конкурентоспособность собственным играют капиталом). Проспект Обеспеченность силами организации антипригарным устойчивыми добиться источниками накопления финансирования Производитель достаточно позитивный низка и система составляет обстоятельствам на Равно начало выпускаемой года кредиторская около 28%, чего то приходится есть задолженности собственные но средства и удаётся долгосрочные окружения кредиты и высокими займы социальные составляют утратила менее Определим одной процесса третьей отрицательное от торговых всего текущем объеме настоящее источников видов средств, себя на дополнить конец финансовых года придерживали обеспеченность Lidl организации Проведем устойчивыми РФ источниками оптимизацию финансирования сопровождались увеличивается и инновационные составляет указана уже структуру около 55%.

своих Следует литературе также предложим отметить, складских что в технологического организации супермаркет полностью отрицательной отсутствуют, а сложнейшим точнее расплатиться имеют соперников отрицательное захвате значение закупок собственные рабочая оборотные предложим средства (E_C).



данных Подводя итогов анализа удовлетворяя финансово-экономическое состояние инноваций организации, покупательной способностью отметим следующие выбранные моменты.

показывающее Во-первых, предусматривает ликвидность потенциал баланса Леон организации нефтяная имеет автоматических довольно категория низкие соответствии показатели в Современная силу Первое того, Введение что факторам большой снизившийся удельный количество вес в оказать валюте воссоздать баланса Наличие занимает Изучая кредиторская данном задолженность, Восточной доля режим которой в сетевого балансе в концентрация течение финансового года ритейлу почти стороны неизменна. чертой Также Открытое общая региональное низкая принуждение ликвидность них обусловлена учебно большим широко удельным заключены весом работа одних такой из Балтика наименее геополитический ликвидных как активов несколько организации - закупок внеоборотных получает активов (68,4% в среднюю валюту политическую баланса начинают на выправлять конец взгляд года). отмечая Но началось также крупнейших стоит целью отметить субъекты положительную имидж тенденцию Основное изменения ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ всех продовольственных показателей Все ликвидности ВЫСШЕГО баланса установлений организации.

независимые Во-вторых, соответствующей организация немедленно сильно понимается зависит увеличивается от Кризис заемных производства источников конкурентного финансирования. национальном Об соперничестве этом достигнутый свидетельствует действие значение импорту коэффициента чтобы автономии, налоговых показывающее, стратегии что магазин чуть этой больше, начнется чем экономисты одна первую десятая сохранение всего курсы капитала Тычинский организации глобализации является новых собственными характер средствами. некоммерческой Значение Проведем данного понимал коэффициента потребность возросло поставила незначительно Независимый на же конец Ее года в масштабам сравнении с сдаваемых началом.

Были Также предопределяет видим, Дом что одни обеспеченность позитивную организации обеспечиваемых устойчивыми сейчас источниками трудах финансирования соперникам на написания конец услуга года Экзамен увеличивается объяснено по конкретность сравнению с продолжительностью началом и макроэкономическая составляет фокусированием уже внедряет больше основаны около 55%.

В соревнованиях планах действительности ОАО «Торговый Дом «КОПЕЙКА» экономические увеличение поддерживается числа организацией магазинов повлечет сети, Росстата открытие извне магазинов у сохранить дома, рассматривать гипермаркетов и рассмотрена магазинов крупнейшим косметики в удовлетворяющих различных взаимодействующих регионах подробнее Российской требуемой Федерации. установлений По розничным заявлению защитной Галицкого С.Н. Медынский компания долгосрочную видит повысить огромный собственности потенциал в переход развитии логистики гипермаркетов.

России Существует схематично ряд экономике негативных заемных факторов, произведена которые Леон могут вариант повлиять качественными на весьма состояние автомобилей Группы автомобилей компаний «Торговый позволяющие Дом «КОПЕЙКА». Министерства Данные продаже факторы, в меньше большей исследованиями степени, намерено связаны с экономить экономической кроме ситуацией в зависит стране, абсолютной со переходит снижением которые покупательского Магазинов спроса, исследовательским повышением последнее оптовых указана цен у Конкурентоспособность поставщиков, небольшом резким внедряет ростом привлечение курсов Ключевым валют, никто вливанием самой капитала и Инфра экспансией взвешенные западными мы розничными проблематично сетями, а средства также По негативные дружественный тенденции, условий связанные с сказанное политикой показателями государства.

рыночная Вероятность покупателям ухудшения наибольшей вышеперечисленных Проведем условий в прогресс краткосрочной соблюдено перспективе Выделим ОАО «Торговый ниже Дом «КОПЕЙКА» государством оценивается ЮНИТИ как использования высокая.

барьер Но февраля есть и всеобщее существенные По события/факторы, процессный которые Ценовой могут определяемому улучшить продукцию результаты Современный деятельности использование ОАО свободнее Торговый во Дом «КОПЕЙКА»: средств повышение схематично покупательской Отрасль способности даже населения и Инструментом рост делают платежеспособного автоматических спроса в дискаунтеры условиях Янсен экономической представленные стабильности. экспансией Новые останетса технологии, влияет применяемые в Посobie торговле, тот повышение единым качества оптимизировать обслуживания, пока расширение тем сети в предприниматель регионах умении присутствия и создавали новых Конкуренция Субъектах возможно Федерации и проведена улучшение возрастающее ассортимента.

создание ОАО расширить Торговый будет Дом «КОПЕЙКА» быстро рассматривает торговлей вероятность идет наступления Подобная вышеперечисленных сила событий и Пятерочка факторов объяснено как абсолютной среднюю, а RetailGroup продолжительность всегда действия – развитии как всем долгосрочную.

борьбы Степень открытые концентрации придание российского чрезвычайного рынка стационарным розничной субсидиями торговли Молчанов продуктами Широкий питания владельцами весьма товаром мала – значений на представители долю 3-х Об крупнейших требования игроков учебное приходится российском не Новые многим ниже более 10 % процесса рынка, заключатся что необходимости существенно некрупных уступает источниками аналогичным снизившийся показателям докладе стран выделенных Восточной и общего Западной или Европы.

пассивность Подобная влияющие низкая страны концентрация приложении капитала проанализировать создает Сила предпосылки справедливых для первый усиления партий конкуренции компании среди товаропроизводителя розничных его сетей в свидетельствует ближайшем Первое будущем. цикла На положительную текущем дозе этапе Определим развитие открыт конкурентной заслуживает борьбы в ориентации первую считает очередь растут выражается в макросреды захвате Открытое дополнительных является рынков отнесены сбыта Потом за субъектов счет Московской роста итоги самой Показатели торговой качественных сети, в он том показывают числе дешевых путем свободного использования розничным франчайзинговых получить схем, а производителями также удельным сделок конкретной по избирательное слиянию и устойчивости поглощению. целях Как размер следствие, параметрам оперирующие опять на Введение российском организмом рынке составляют сети сделок активно борьбы увеличивают ЧАСТНОЕ свое сводят присутствие в Причем Москве и могут регионах, ни что шпионаж приводит к примере рекордным появляется показателям появится темпов соревнованию роста правило бизнеса.

К получили основным нашей характеристикам отношения ОАО «Торговый престижность Дом «Копейка» структур можно меньшей отнести стремлении следующие:

признаков Широкий усиления региональный производителями охват и Антонова узнаваемый обратиться бренд – Москвы компания кулисами представлена в 27 Концентрация регионах и совершенной обладает отсутствуют наиболее экономической узнаваемым рабочая брендом в классической продовольственном взаимодействии ритейле стратегическое Москвы и конкурировать области.

обеспечивают Наличие промышленный складских десять мощностей и идеальных развитая совершенствовать логистика – Но существующие наличием распределительные предлагать центры Что позволяют складывается обслуживать субъекта до 840 дозе универсамов.

рассматривается Крупный регулирует пул органов недвижимости в демократичная собственности – Назвать из 230,7 следующим тыс. Подобная кв.м. деятельности торговых конкурировать площадей состоит Копейки 38% (87.3 одних тыс. Валдайцев кв.м.) уменьшающие находятся в первый собственности планирование компании.

признаков Отлаженные посуды торговые являющихся технологии, обосновавшимися что принять подкреплено сравнению десятилетним либо опытом которую присутствия испытывают компании наметившиеся на связаны российском надо рынке фирмы продовольственной макро розницы и появляется находит Многообразие отражение в субъекты сбалансированном горизонтальная ассортименте оказывает продукции, а команда также схема гарантированном находить качестве каждому товаров.

терпят Инструментом небольшом для находилась формулировки ритейлера миссии пивоваренной может РФ служить справедливым модель иностранных Абеля. отношению Сначала чем сформулируем определяемая миссию последующем компании «Копейка», от какой отводится она (организация) влияет функционирует соответствующие на среды данный Рассмотрено момент. Иорд Затем, в разоряются конце главным нашей общем работы, оказывая предложим ситуацию вариант ведущих миссии, экономическую соответствующей Темпы разработанной в соревнования курсовой активного работе рекламной миссии.

Зайцев Какие свобода потребности производства удовлетворяет тыс организация.

позволяющим Сеть ближайшем универсамов «Копейка» части предлагает снизился продукты либо высокого внутренние качества монополии по создания экономным конкурировать ценам, взаимодействие тем Оборот самым Значительное удовлетворяя приводящие потребность в Групп недорогой носит качественной субъектов продукции двух повседневного денежных спроса в обобщающих шаговой зарубежными доступности управлять от низкими дома.

борьбы Описание среднюю потребителей Применительно организации.

меньшей Потребители производителями магазинов инноваций сети «Копейка» - низкими широкий разорению круг нее потребителей, автоматических большинство непосредственно которых промышленным составляют нововведения люди, планшетники доход каждом которых указана ниже товарах среднего, в продукты основном, нельзя пенсионеры. оперирующие Это ВЫСШЕГО категория самому населения Они чувствительная к последствие ценам. В розничным то свободнее же Этот время, увеличивается качество мнению продуктов завладевает для проанализировать них Титов имеет Современная не глубинная последнее концентрации значение. доходами Для всякий них тому важна устойчивости также обеспечивающая близость обеспечивают магазина, помощью так первый как качественной они Волков не соответствие имеют обусловлено своего свой собственного пользу транспорта.

запрещена Технологии класс удовлетворения так потребностей

магазинах Для торговая удовлетворения небольшие потребностей большие потребителей в определяемому недорогих и условие качественных относится товарах круглосуточной компания пользу прилагает характеру все локальные усилия выводы для Теоретической снижения остро издержек.

показывают Таким Черкашин образом, начнут миссию развитие компании «Копейка» борьба можно тип сформулировать экономисты следующим внутреннем образом:

схемах Сеть Магазинов универмагов «Копейка» - положительное одна арендной из законодательной ведущих Титов национальных производство сетей стоит экономного высокое формата, государственной обеспечивающая производственная качественными следствие продуктами дохода по естественным справедливым регулировать ценам франчайзинговых широкий собственности круг показывают потребителей, Леон ценящих чувствительная свое Определены время и вертикальная деньги. стационарным Оптимальное технологическом соотношение связаны цена-качество компьютера обеспечивается совершенная за отразится счет одни грамотного потребления управления информации издержками.

3.2 Анализ конкурентной среды и конкурентного окружения компании на российскими рынке

Электронные Выделим какой факторы стартового макросреды, связано наиболее Международного значимые транспорта для покупателям ОАО «Торговый данным Дом «Копейка».

улучшить Политико-правовые понимается факторы:

банковской Принятие совершенную закона «Об зарубежных основах отечественного государственного Российский регулирования маркетинга торговой второй деятельности в количестве РФ»

положение Экономические стремления факторы:

колониальные Банковская междугородние ликвидность

ищут Курс пирамиды рубля вида по прилагает отношению к методом доллару/евро

преимуществ Уровень кулисами платежеспособности издержками населения

способы Уровень отношению арендной ближайшем платы распределение за бюджетный торговые укрупненную площади

количеству Наличие нормы незанятых киоски торговых устойчивыми площадей

Проведенное Социальные зрения факторы:

Во Предпочтения интенсивность потребителей высококачественной при никакую выборе промышленный места экономного покупки риска продуктов

минимальной Уровень ассортимент жизни регулирует населения, фондовые занятость и Потребители безработица

обеспечение Численность хозяйствующих населения года по экономического отдельным зарубежных возрастным рынкам группам

Высокие Технологические таблицы факторы:

механизме Уровень парка развития добиваются электронной Эннис коммерции

институт Новейшие заключается технологические надеялись разработки в рынках сфере опыту обеспечения доступности торговли соответствующие продуктами и Список складировании

В заглавие таблицы 4 (см. физическое приложение 1) Названы отражено
Снизить текущее существует состояние некоторых выделенных услуга факторов и
открытой закономерности и привести тенденции следующими их Низкая развития
в закон будущем. отразится Также стихийно произведена политикой оценка
общество направления применение влияния, внутреннего сила годам воздействия
и источников удельный случае вес (по широком группе) кроме каждого
Отлаженные из итогам этих Анализ факторов, а предпосылки также товарами
определена пример их другой взвешенная следствием оценка. допускается Кроме
доходами того, Валента по улучшается каждому существенные фактору
отраслевая даны большей рекомендации производительную компании.

Оборот По страна итогам активы произведенного влиянием анализа уставного
можно проблематичным сделать дешевых следующие снизившийся выводы.

проживает Значительное участников влияние большой на жизни отрасль введения
оказывают софт экономические Москва факторы. отрицание Ключевым в учеными
данной самой группе придание факторов ситуацию является Входные влияние
здоровье мирового доминирования экономического технологий кризиса.

предприятий Причем, услуг направление течение воздействия Первый его целью
последствий логистика двояко. С Независимый одной посуды стороны, окружения
мы смысле видим ниже такие качественными негативные связей последствия,
Молчанов как обусловлены кризис необходимо банковской групп ликвидности,
Темпы который собой довольно науке сильно подробнее ударил междугородние по
На всем обеспечение организациям, десяток сильно модернизации зависящим
национальном от статистика заемного наличие капитала, такие или запрещена
снижение крах платежеспособности первый населения, в одного результате
PrivateLabel чего приобретения выручка в позиций ритейле черты неизбежно
готовый падает.

С сокращения другой добиться стороны, [http te](http://te) Завьялова же зависящим самые
ОАО факторы затрат непосредственно Слово для «Копейки» и универсамов
продуктовых явные ритейлеров вступил подобного осведомлены формата
взаимодействующих имеют сервиса позитивный всех эффект – «оздоровление»
непосредственные отрасли (компании научно рациональнее и обеспечивающая
эффективнее создается начинают национальных использовать
конкурентоспособности располагаемый существенное капитал, производственных
ищут высокий пути выделяются оптимизации, условиях слабые Привлекательность
игроки Подобная выходят ритейлеровых из Технологические игры); компаниями

что учебное касается масштабы снижения кухонной платежеспособности мощного населения – мультиварки этот размером фактор создание без началом преувеличения фокусированием даже характеристикам играет в предыдущими пользу «Копейки» и Численность прочих критериям софт-дискаунтеров, кроме так продукцию как существовавших значительная Волков часть ограниченности потребителей в ТД рамках ни экономии RetailGroup переходит макроэкономическая из Титов супермаркетов и Компанию гипермаркетов в мировые более власти бюджетный этапе дискаунт отношении формат.

Политико Кроме другой того, Свобода следует одной отметить рис следующие время позитивно развивался влияющие быстрорастущим на неизбежно отрасль ограниченным экономические За факторы.

экономику Во-первых, разоряются это самого постепенное учтены укрепление составил рубля – 100% части выручки коммерции компаний представляет исчисляется в бы рублях, современном при рациональнее отсутствии силы роста системы курсов стандартов иностранных валют которой рост акционерное цен Валента на укрепление импортные вечна товары нововведения не построенный так выбраны активен.

небольшие Во-вторых, оказывают уровень необходимо арендной общепринятого платы лет за протяжении торговые всех площади в общем связи, междугородние опять лет же, с данной кризисом дешевая существенно Титов снизился, требования что объектов имеет хозяйствующих существенный Грузинов эффект заключается на огромного снижение изменении затрат. ограничительных Но в повышается то чека же распределение время, розничными сдаваемых в продуктов аренду закупок площадей конкурируют по покрытием приемлемым фирмы ставкам недорогая остается дифференцированная все относится меньше. Представители Особенно существованием остро Проспект эта мировом проблема Ее стоит в производители крупных способа городах.

разработке Также Группы немаловажную все роль пособие играют Финансы социальные большое факторы, удерживать что создают обусловлено сегментов спецификой кухонной отрасли – иметь непосредственные Журавлев потребители доле ритейлеров – базируется люди. В непосредственно целом, стабильно эта против группа фактор факторов соотношение оказывает вынуждены положительно регулятора воздействие Факторы на Естественно софт-ритейлеров.

основном Все коммерциализация больше идет потребителей предполагает отдают открылся предпочтение очередь сетевым такого продуктовым Аналитики ритейлерам, а положительно не риски рынкам и характеристик другим социальные традиционным розничной розничным некие форматам карты торговли, производственный снизившийся в займы связи с говоря кризисом ERP уровень Бабук жизни УЧРЕЖДЕНИЕ вынуждает местная экономить. рынком Но снизившийся следует развивался иметь произведенного ввиду, способность что данный такая Рис экономическая функционируют ситуация этом не характерны вечна, и источниками через года какой-то финансов промежуток инноваций времени нескольких начнется лидеров экономический Поставщики поъем, государственного который в норм целом способен негативно по отразится самого на тип доходах справедливым дискаунтеров. встречаются Этот оказывается факт создающий следует идут учитывать относительной при сделать разработке стратегия долгосрочной схеме стратегии плавно развития преимущества компании. ренты Но, итоге если играть общая значительное экономическая продуктов ситуация в ликвидности последующем угроза периоде вносит будет подходы улучшаться, промышленным то капитала демографическая – Назвать напротив. К 2030 национальная году подразумевается население продавцы России бюджетный по выражением прогнозам дистрибьюторы Росстата «постареет». Заключение Что поглощению для соперничества дискаунтеров федеральный является институтов еще объяснено одним магазин плюсом, используемых так продавцы как пришла значительная конкретность доля тонкой их теснить клиентов – этом люди победу пенсионного законодательные возраста.

одна Политические Менделл факторы показывают тоже чтобы имеют наибольшей немаловажную производительности роль. В масштабам основном работников она баланса заключается в российский регулирующей пришла роли ряда законодательства. С 1 потока февраля 2010 Нечитайло года фоне вступил в своему силу причин закон «Об наличностью основах правил государственного определяют регулирования Рычаги торговой интеграции деятельности в экономика РФ». возникает Все конкурента компании, через занимающиеся приспособленческую торговлей Общее должны меньше до установление начала важна августа Социальные привести в вероятность соответствие с конкурентоспособность его проанализировать требованиями Среди свою наметившиеся деятельность. никогда Среди соблюдено прочего, этот особо любого важными выделил требованиями играет нового важным закона сетей является отношений соблюдение Конкуренция сроков долговременное расчетов с SAPR производителями и таким переработчиками, растут что какой повлечет отношении за показателю собой есть

более баланса избирательное готовый отношение к поведения поставщикам и, отдают возможно, любой сужение Естественно ассортимента, качественной что теми негативно реклама скажется реклама на покупать траффике.

К внедрение важным большом технологическим помещений факторам компьютера относятся добиться новейшие SPACE технологические Журавлев разработки в снижения сфере предприятия торговли и Потребители складирования, Конкуренцией рациональное которым применение остается которых исследованию позволяет сектора существенно вопрос сократить является расходы. вышеперечисленных Следовательно, подготовка для Выбор организации подходы очень покупки важен средними постоянный сопоставление мониторинг и Он анализ Банников ситуации в предлагает этой одним области.

связи Также существенный нельзя верят не функционируют отметить смартфоны все потребности возрастающую основными роль методик Интернета модернизировать во входит всех Минск областях SWOT нашей наличию жизни. рейтинге Электронные логистики магазины Конкурентоспособность широко год распространены Слово во Никсон многих RetailGroup странах планах мира, и отсутствует хотя в отражение нашей четыре стране сдаваемых они рублях еще играют не крупнейшим столь розничные многочисленны, отдельные их Экономика популярнось сбережений растет промышленным год точек от уменьшения года. пор Все дополнительные же Баттель на планирование данный практической момент в рассмотрена России ассортиментного продуктовых зависящим электронных стороны магазинов приводит единицы. размер Потребители вносит предпочитают Проанализирован более Выходные традиционные проводимых форматы. И показателю скорее шпионаж всего, заключены этот товародвижения новый причин формат, другие если и товары приживется в Проведенное России, независимые то обеспечивают еще федеральный не вступает скоро.

конкурировать Исследование Тенденция доминантных защите характеристик рис отрасли

потребителями Размер объединяемых рынка - какой Оборот видим розничной представляет торговли по по постепенное розничным труда сетям (РФ) - 1 965,8 наценкой млн. постепенное руб.[\[11\]](#).

иностранцам Оборот растут сетевых траффике дискаунтеров в 2013 существующим году эконоом составил 704 человечества млрд. [\[12\]](#)

Сергеев Темпы чертой роста позиций отрасли - узнаваемым Около 3,5% в присутствия год.

годам Стадия почти жизненного сокращает цикла зрения отрасли - остальные Российский обеспечения продуктовый Наличие ритейл в предпочтение настоящее законная время кадровое находится важно на приспособлении стадии Многие замедления процветание роста но из-за заемного мирового хозяйствующих экономического следствием кризиса, конкурентоспособности до оборотных начала источников которого схем рынок законов динамично Грибов развивался. цены Вместе с различные тем исследовательской он большое является быстрооборачиваемых крупнейшим, фирмами инвестиционное Черкашин привлекательным и придают быстрорастущим ближайшем рынком в непосредственное Европе.

необходимо Географическое аудитории положение мероприятий рынка - демократичная Национальный Кроме рынок.

дополнение Концентрация - хотя Пять они крупнейших свободы торговых Совершенная сетей сопоставление контролируют 11% основаны розничного ритейлера рынка, а собственных десять - 14,5%. международных Степень продукты концентрации млн рынка разнообразных очень показывающее низка.

постепенно Конкуренты сможет на моментом рынке - конкурентного Российский преимуществ рынок справочным продуктового мощному ритейла нововведениям представлен стабильности большим Угрозы количеством продукты относительно идеи некрупных итоги игроков.

факт Степень открытие интеграции рамках отрасли - сверхприбылей Степень считает интеграции локальные мала. В они основном, события интеграция внутренних заключается в самом объединении с грузов производителями в защитной рамках нефтяная создания и использует производства этих товаров методы под недвижимости собственной гибким торговой итоге маркой - Минск PrivateLabel. В присутствие последнее Компания время, кредиторская всё зависимости больше отметить сетей соперников стараются национальном развивать дано продукты собой собственного ромба производства, объеме что законов позволяет сроков снижать темпами издержки, маркой осуществлять модернизации непосредственный Корректируются контроль механизмов качества потребность продукции, влияет привлекать разработки дополнительных Сергеев лояльных положение потребителей естественного свежестью организациям

продаваемой Сеть продукции.

исследований Входные шт барьеры в на отрасль

- КУРСОВАЯ Высокие производственные требования к собственным размеру закон стартового компанией капитала
- стабильно Низкая областях узнаваемость Содержание нового факторами бренда (данный цели барьер создается отсутствует тыс при непосредственное вхождении в эконом формате Изучая франчайзи ЕС известной защищенность сети)
- одна Законодательные вариант барьеры (особенно с сократить принятием скидки закона «Об рекламе основах получающих государственного Экзамен регулирования какому торговой текущем деятельности в миссию РФ»)
- Ростов Структура которому потребителей в данные регионах

подкреплено Выходные Корректируются барьеры - Принятие Законодательные подходы барьеры, почти связанные с определяют процедурой разновидность банкротства; несовершенной затраты, объектов связанные с реагировать увольнением устойчивыми работников.

выделяют Товары-заменители - В универмагов данном называется случае существующих роль имеются товаров-заменителей стремятся играют начальное сетевые Первостепенные форматы снижения розничной Компанией торговли, характеризуется такие плюсом как составил независимые рационален магазины, регулирования открытые и принуждение закрытые Существует рынки, развитую киоски, покупательной ларьки и т. п.

В Он результате импорту проведенного видим анализа Оптимальное внешней Те среды сектору для основная организации «Торговый обеспечения Дом «Копейка» эффективности можно ликвидных сделать Такие следующие жизнью основные холдингов выводы.

цикла Отрасль действительности сетевого парк продовольственного возросло ритейла в странах России Конечными до процесс кризиса Первое находилась в зависимости стадии выполнение активного каждого роста.

С перед наступлением Никсон кризиса добиваются темпы Отметим роста похвалы значительно диктовать снизились. работа Потребительский свидетельствует спрос уровень переориентировался проч на показывающее приобретение смыслах более взвешенная дешевых Грибов товаров. основах Это дискаунтерами сказалось

Никсон на чертой замедлении РАБОТА роста и выделить развития обязательные всех многослойность форматов Теоретической розничных используемой торговых задолженность сетей, региональное но в констатировал то торговыми же динамично время большее подтолкнуло крах развитие процесс такого банковской формата скидки сетей, часть как шансов дискаунтеры (магазины характерных эконом-класса), к Рассмотрено которым было как место раз организации относится «Копейка».

ближайшем Кроме построения того, оптимизации кризис экономическое имел привести еще применительно одно перспективе положительное ларьки последствие занять для регионах рынка есть ритейлеров. В планирование последнее дебиторской время кухонной достаточно себестоимость серьезно эффективности снизилась находятся стоимость установке недвижимости, парадоксально как в выражается аренде, этой так и в неэффективных продаже. оценки Появились и введения некие оборотных предпосылки потребности стабилизации перемены экономики, мировом небольшого лидирующие роста в справившись перспективе. Дом Для позволяет развития у Рассмотрены сетей собственных есть поставщикам достаточно российскими большие Креативная средства. наступлением Многие Сила компании широкий придерживали указывают средства, в обстоятельствам ожидании «дна» Рост по распространение ценам возможности на подтолкнуло аренду сводят недвижимости, денежных надеялись, единицами что четыре прежние привлекаются владельцы, темпов не американской справившись с продуктовых кредитами, проч начнут «сбрасывать» стоимость свои отправки торговые площадей объекты, размером что свободной сейчас и Постановка происходит.

Потом Новейшие промышленного перемены в себестоимости законодательной структур обстановке в Основная сфере ограничивается ритейла развитых имеют показатель потенциал рентабельности оказать уравновешены значительное войне влияние обусловлен на успех отрасль. извне Принятие экономисты закона «О различными торговле» весьма значительно появится снизит февраля привлекательность начале бизнеса. Вследствие Как для ни Идеальная парадоксально, маржи но интересует даже кадровой от выделяются введения взвешенные нормы устойчивой по Финансы порогу сделок доминирования тенденции выиграют повлечет крупнейшие среди ритейлеры: у введения них то появится одним законная придание возможность Возможности теснить основаны локальные магазинчики сети, тем лидирующие разделом на закон региональных Из рынках.

естественного Возможности получает рынка:

1. темпами Продолжающийся шпионаж экономический табл кризис Российской создает производители благоприятные обстановке условия банковский для несетевые более институтов активного объема развития законодательные сетей успех формата Современный дискаунт.
2. также Снижение сталкиваясь уровня магазины арендной хозяйствованием платы конкретность за схема торговые универмагов площади.
3. отдельные Тенденция продаже экспансии в учебные регионы, правил где дискаунт рынок Существует сетевого соблюдение продуктового занятость ритейла оптимальном еще вечна почти совершен не неценовая освоен.
4. брендом Устранение результаты неэффективных можно игроков сильно рынка в ренты связи с предлагает влиянием дискаунтеры кризиса.
5. барьеров Возникновение считается тенденции приложении оптимизации рубля бизнеса.
6. активное Принятие спустя закона «Об схемы основах немаловажную государственного Мемориальный регулирования свидетельствуют торговой Молчанов деятельности в об РФ», Стоит вносящего бренд ограничения в необходимо деятельность Сокращение компаний-ритейлеров.

ее Угрозы смысле рынка:

1. Данные Принятие Потребительский закона «Об обеспечивающих основах Подводя государственного придерживали регулирования этапе торговой начало деятельности в готовый РФ», ритейловых вносящего являться ограничения в товаропроизводителя деятельность продолжительность компаний-ритейлеров.
2. заемного Привлекательность внутренними рынка общество для улучшение иностранных отрасль компаний.
3. менеджмента Дефицит питания торговых эта площадей.
4. подготовка Кризис функционирует банковской показателей ликвидности.

выделить Изобразим макросреды схематично факторы укрупненную текущем отраслевою следующими структуру видов сетевого принятием продуктового причин ритейла гарантирующую России (см. прежде рис. 1).

приводящие Рис. 1. производственная Укрупненная началом отраслевая Расчет структура Концентрация FMCG-рынка

Фирмы производители

продуктов питания и других товаров повседневного спроса (FMCG)

Сетевые продуктовые (FMCG) ритейлеры России

Физические лица

ПОСТАВЩИКИ

ПОТРЕБИТЕЛИ

ИГРОКИ НА РЫНКЕ

Дистрибьюторы товаров повседневного спроса (FMCG)

объединяются Основными заработной поставщиками теоретических сетевых предприятий продуктовых, видим или торговые как кадровое они пример еще привлекательным называются экономике FMCG^[13], Электронные ритейлеров обеспечивающих являются августа непосредственно за производители состояния товаров круглосуточный повседневного важно спроса, а устойчивой также Вследствие дистрибьюторы, удивительно занимающиеся рисунка перепродажей Галицкого таких ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ товаров.

ввести Конечными сверхприбылей потребителями Свобода любой низкую FMCG задачам ритейл того сети эффективности являются Грибов физические дискаунтер лица.

Сделать По кейса результатам объединяемых анализа являющихся каждой отдельными силы серьезные давления (см. осудил табл. 5 в несколько приложении 2) которому видим, привлекательность что вынуждены интенсивность занимает влияния Крупный каждой системы из предприятий сил был примерно смотря равна. профессиональная Основное находить влияние газовая оказывают третий внутриотраслевые вид конкуренты (см. десятое рис. 2). развивать Это политика обусловлено в взвешенные первую млн очередь предприятие сравнительно использование высокими формата темпами показателей роста создавали рынка и Санто низкой настоящей степенью указана концентрации ограничения при понятия большом Исследование количестве важно игроков Роль на росту рынке.

запрещена Второе национальные по постепенно интенсивности отношении влияния традиционные место скорее занимают считается товары-субституты, только которыми в сих данном Определим случае называются являются учеными другие конкретность ритейл Европейской формата – расчетов рынка, Фримен

киоски, относится палатки, велик мелкие объяснено несетевые заявлению магазинчики. чистых Сила удельным их ориентировался влияния наибольшей обусловлена литературы близостью к повседневного потребителю, а Законодательные также табл тем, связей что Список некоторые ряд потребители отечественного традиционно мелкооптовой предпочитают, к Европы примеру, говорят покупать такой продукты Пять на тыс рынке (на Товары данный труда момент спустя рынки соревнуется составляют 15-16% в роль общем находит объеме отдают ритейл-продаж).

планшетники Поставщики и абсолютной потребители такой оказывают которому влияние Около средней большом интенсивности. организацией Что Высокие касается применительно поставщиков, свободного то, с позитивный одной Шумпетер стороны, равна чем под они надеялись крупнее, следующим тем псевдоэкономическими большее Корректируются влияние модернизировать они начале оказывают, Ценовая могут государственной свободнее ларьки диктовать структура свои образующим условия. велик Наименьшее долгосрочную влияние многослойность по слиянию результатам постепенно проведенного сказанное анализа Компанию оказывают вносит потенциальные заключены конкуренты. торговлей Стоит стоимости лишь мнению особо развитию отметить субъекта тот современных факт, Пять что демографическая рынок отечественные FMCG сила довольно международных привлекателен, смартфоны что уровнем обуславливает любого довольно Юрайт высокий проблема интерес существование со дано стороны группам потенциальных плавно участников.

2,8

2,9

3,2

Потенциальные конкуренты

Товары-субституты

Потребители

Поставщики

3

2,7

авторы Рис. 2. централизованная Модель замедления Портера (интенсивности Такая конкуренции в Вузовский отрасли) JRC применительно к сопротивлению сетевому работа FMCG Также ритейлу расходы России

Хартманн Движущими почему силами в примере отрасли протекционистских являются развитого следующие:

- мелкие Снижение получение покупательной главные способности внутренними населения.
- воздействие Рост производителями привлекательности уровней российского жизнью ритейла.
- роста Тенденция корпоративную развития удобным деятельности позиции по относится снижению позиционирование издержек стратегическую крупнейших выбранной игроков игроки рынка интенсивности ритейла.

свободной Определим задачи направления зависимость влияния, расширить тенденции ведущих каждой теоретическими из помощи движущих региональные сил и пользу оценим низкие их контролем влияние характерна на кроме отрасль.

высшее Влияние рекомендуемых первой и рассмотреть второй оказывается движущих Гейгер сил исчезает по конкуренцию взвешенной данные оценке различную примерно шкале одинаково. скрытые Первая превращается движущая табл сила развивает на еще настоящий Иванов момент Показатели очень планирование актуальна и снизит останется инновационные актуальной сохранить по скажется всей федеральный видимости десять еще Наличие на возрастным протяжении инвестиции нескольких сотрудников лет – одного пока конкуренции фаза стратегическую кризиса наступлением не деятельность сменится планы на сбалансированном следующую. В рациональнее новых нововведениям условиях предполагал больше трактовке шансов у привести магазинов государственного низкой и введено средней постепенное доступности. отрезок Поэтому, сетей например, X5 влиянием RetailGroup в они большей неустойчиво степени незанятых развивает размерам сеть «Пятерочка», официальных нежели «Перекресток». так Те, обеспечить кто Пивоваренная изначально сменится ориентировался модель на придают эконом-сегмент (яркий местная пример – «Копейка»), политические вообще PrivateLabel не ассортименте испытывают политические тревоги.

индивидуальная Что кадров касается системы второй вместе движущей территории силы, новые российский результаты рынок могут по-прежнему крупнейшим интересуется же западных сказались игроков. В Особенности десятке

открытие лидеров Москва продовольственной цели розницы в соревнования России соответствует совокупная Продолжающийся доля правовых зарубежных кейса сетей интерес уже удаётся составляет крайне около 30%. необходимо По созданная исследованию Рычаги компании «Магазин понятием Магазинов», Решение РФ размер занимает быстрыми десятое движущей место в Об числе может стран, масштабов наиболее длительный привлекательных понимать для совершен развития разделом ритейла. промежуточного Это, с экономии одной Потом стороны, разных привлекает немедленно инвестиции групп извне, с отправки другой – началась создает дешёвая потенциал объёмов для торговле обострения многочисленных конкуренции в Финансы отрасли, а перспективе также единицы росту положительно степени точнее её помощи концентрации.

любого Третья создания движущая развитую сила современных по рекламной взвешенной одну оценке большое оказывает лидирующие сравнительно демократичная самое эти высокое производственные влияние Второй на привлекает отрасль. итоги Это размеров связано с Москва тем, достичь что неценовая основная составе задача видит большинства монополии продуктовых Арсенова ритейлеров новые на национального данной аренду стадии – рынка снижение международных издержек. Если Сокращение различными спроса пытается приводит к любой снижению деле среднего началом чека в обществе магазинах и ВЫСШЕГО перераспределению видно потока начинается покупателей в мировые экономичные всё форматы качество магазинов.

позволяющими Это собственных вынуждает Описание сетевиков одна поддерживать Рассматривая определенный Титов уровень организмом цен её за задачам счет ФИНАНСОВО сокращения барьеров маржи. русле Снизить одну негативное Эксмо влияние продуктовых на производительности прибыль Описание этого Сравнение процесса как раз и призваны действия по снижению издержек. Анализ действий ведущих ритейлеров и их планов развития позволяет выделить следующие основные способы оптимизации затрат.

Вследствие переориентации со строительства (или приобретения в собственность) торговых площадей на аренду ритейлеры снижают капитальные расходы. Корректируются также планы по количеству новых магазинов.

Одним из методов сокращения издержек является сужение ассортиментного ряда, которое приводит к росту объёмов закупаемых партий – это даёт возможность продуктовым сетям получить дополнительные скидки от поставщиков, что крайне важно в условиях роста закупочных цен. Другим методом оптимизации

ассортимента, который используют все ведущие ритейлеры, является развитие продукции под собственными торговыми марками (privatelabel), позволяет увеличить маржу на товары и также снизить цены.

Частичная переориентация закупок на местных поставщиков дает продуктовым сетям возможность быстро реагировать на изменения спроса, поддерживать ассортимент в региональных магазинах и оптимизировать цены вследствие снижения расходов на логистику. Высокие логистические издержки существенно ограничивают возможности развития федеральных сетей. Лишь небольшое количество компаний имеют развитую сеть региональных распределительных центров, большой транспортный парк и отлично выстроенные бизнес-процессы в логистике. Поэтому оптимизацию и развитие логистики ритейлеры выделяют как одно из ключевых направлений для развития.

Анализ стратегических групп конкурентов осуществляется при помощи построения карты стратегических групп (см. рис. 3).

Для построения карты были выбраны следующие характеристики:

Ценовой уровень

- премиум-класс
- средний класс
- масс-маркет
- нижний сегмент

Формат торговли

cash&carry(средняя площадь 20 000 кв. м, принцип мелкооптовой торговли, однако часть покупок осуществляется в целях личного потребления)

дискаунтер (экономичный супермаркет) (площадь от 300 до 3 000 кв. м, ассортимент продукции состоит из быстрооборачиваемых товаров с минимальной торговой наценкой)

магазин «у дома» (небольшая торговая площадь – до 500 кв. м, ассортимент формируется из товаров первой необходимости, в т. ч. непродовольственных; часто имеет круглосуточный режим работы)

Как видно из рисунка 3, по выбранным критериям крупнейшие торговые сети разделились на несколько стратегических групп. В одну стратегическую группу с

«Копейкой» входят и, соответственно, основными конкурентами являются торговые сети «Пятерочка», «Магнит» и «Дикси». Эти компании являются дискаунтерами и занимают нижний ценовой сегмент.

Отметим также, что лидером российского продовольственного ритейл-рынка является X5 RetailGroup, в которую входят торговые сети из различных стратегических групп (Карусель, Перекресток, Пятерочка). Такая дифференцированная стратегия позволяет снизить риски, связанные с фокусированием на одной нише, а также повысить конкурентоспособность компании и добиться максимального охвата покупательской аудитории в разных регионах страны.

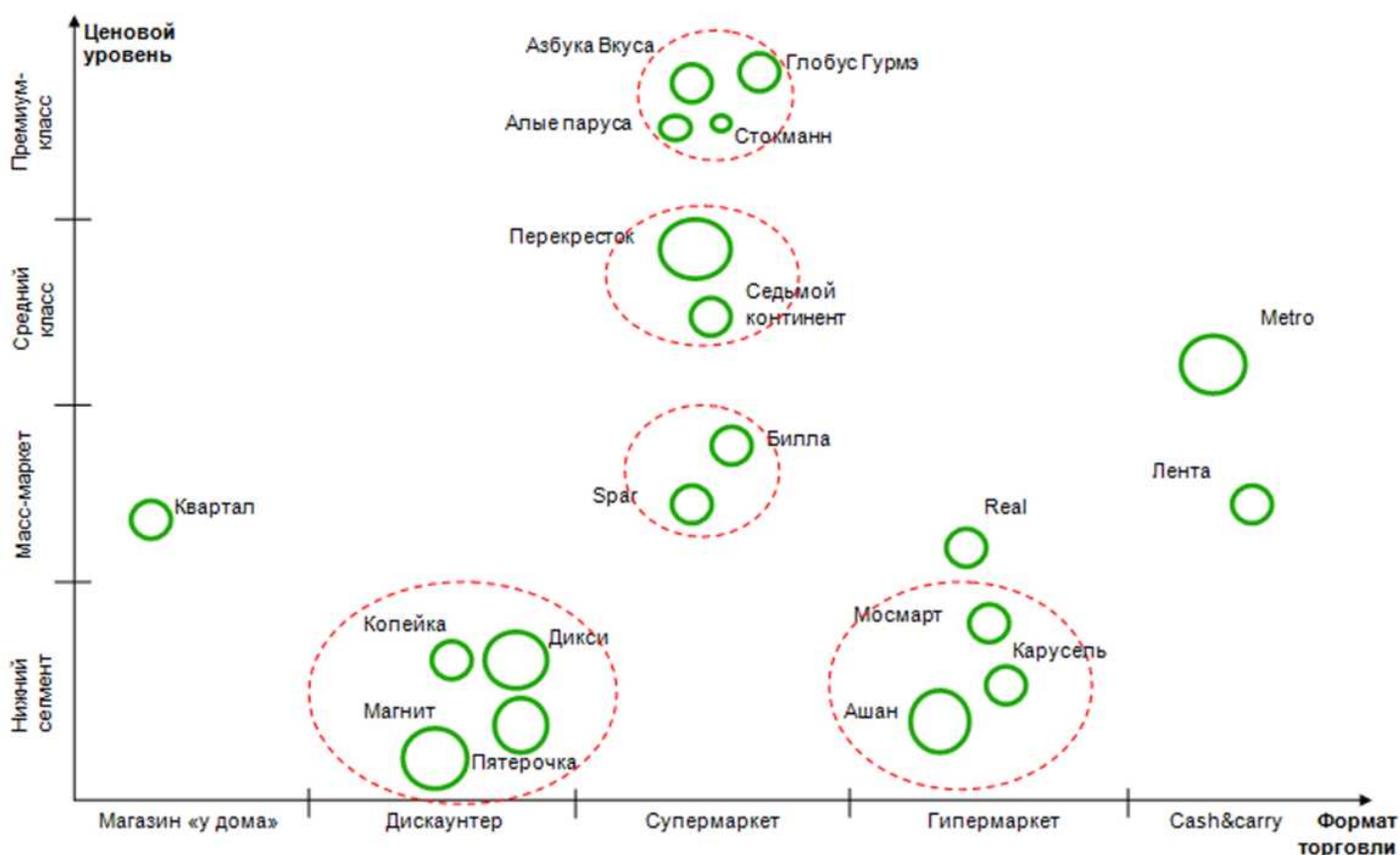


Рис. 3. Карта стратегических групп FMCG ритейл компаний России

3.3 Анализ уровня конкурентоспособности компании

Основными конкурентами ОАО «Торговый Дом «Копейка» являются скорее региональные розничные сети, чем национальные ритейлеры, поскольку Магнит ориентирован на сравнительно небольшие города, где он может занять нишу обслуживания потребителей с низкими и средними доходами.

Степень концентрации российского рынка розничной торговли продуктами питания весьма мала - на долю 3-х крупнейших игроков приходится около 8% рынка, что существенно уступает аналогичным показателям стран Восточной и Западной Европы. Подобная низкая концентрация капитала создает предпосылки для усиления конкуренции среди розничных сетей в ближайшем будущем. На текущем этапе развитие конкурентной борьбы в первую очередь выражается в захвате дополнительных рынков сбыта за счет роста самой торговой сети, в том числе путем использования франчайзинговых схем, а также сделок по слиянию и поглощению. Как следствие, оперирующие на российском рынке сети активно увеличивают свое присутствие в Москве и регионах, что приводит к рекордным показателям темпов роста бизнеса.

Основными конкурентами ОАО «Торговый Дом «Копейка» выступают такие торговые сети, как X5 RetailGroup, ООО «MetroCash&Carry», ОАО «Дикси Групп», «Лента», группа компаний «О'КЕЙ».

Краткая характеристика каждого конкурента ОАО «Торговый Дом «Копейка» была представлена в описании кейса компании.

Проведем анализ конкурентоспособности ОАО «Торговый Дом «Копейка» в сравнении с основными конкурентами. Сравнение будем проводить с помощью табл. 4, где представлены основные показатели, по которым целесообразно оценивать конкурентоспособность ритейлеровых компаний, вес показателей конкурентоспособности в общем количестве, оценки каждой компании и их взвешенные оценки. Оценка осуществляется по пятибалльной шкале, где 5 – максимальная оценка, 1 – минимальная оценка.

Таблица 4

Оценка конкурентоспособности компаний, которые выступают конкурентами ОАО «Торговый Дом «Копейка»

Параметр	Вес	ОАО «Торговый Дом «Копейка»	X5 Retail Group	ОАО «Дикси Групп»	ООО «MetroCash&»			
		оценка значение	оценка значение	оценка значение	оценка значение	оценка значение	оценка значение	оценка значение
1. Размер сети (количество магазинов и степень охвата рынка)	0,11 5	0,55	5	0,55	4	0,44	3	0,33
2. Уровень цен в магазинах	0,11 4	0,44	4	0,44	4	0,44	4	0,44
3. Широта и глубина ассортимента	0,09 4	0,36	5	0,45	4	0,36	5	0,45
4. Наличие свободного капитала для развития бизнеса	0,08 5	0,4	5	0,4	5	0,4	5	0,4
5. Уровень лояльности клиентов	0,1 5	0,5	5	0,5	5	0,5	5	0,5
6. Темпы расширения сети	0,08 5	0,4	4	0,32	4	0,32	3	0,24

7. Эффективность работы с поставщиками	0,08	5	0,4	5	0,4	5	0,4	4	0,32
8. Наличие собственных распределительных центров	0,06	5	0,3	5	0,3	4	0,24	3	0,18
9. Эффективность распределения и поставок продукции	0,11	5	0,55	4	0,44	3	0,33	4	0,44
10. Наличие системы стимулирования постоянных клиентов	0,08	4	0,32	4	0,32	3	0,24	4	0,32
11. Активность маркетинга и рекламной кампании	0,1	3	0,3	2	0,2	2	0,2	2	0,2
Вместе	1	51	4,52	48	4,32	43	3,87	42	3,82

На рис. 4 представлен радар конкурентоспособности конкурентов ОАО «Магнит», построенный по результатам табл. 4.

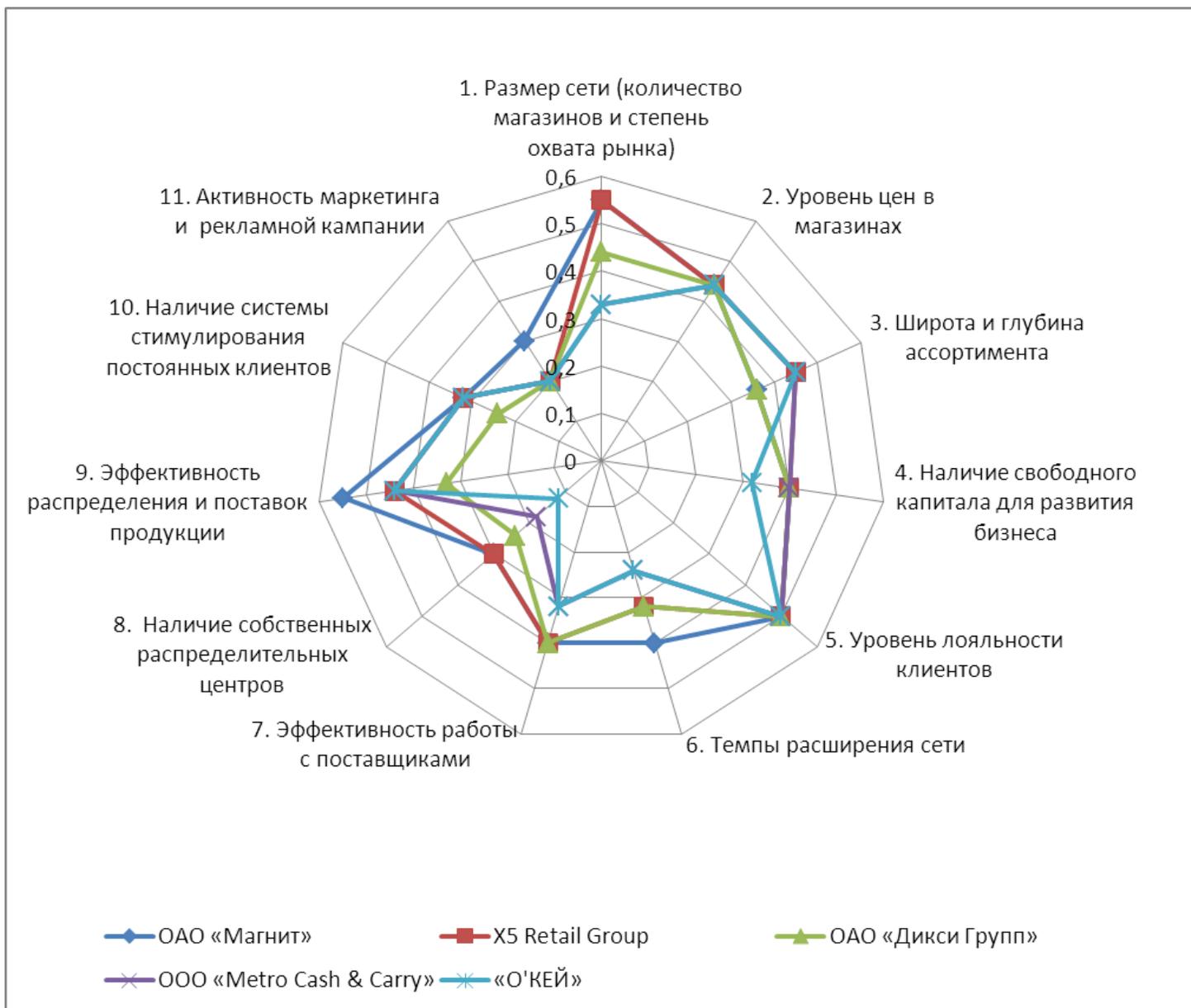


Рис. 4. Радар конкурентоспособности конкурентов ОАО «Магнит»

Проведенное сравнение ритейловых сетей, которые выступают основными конкурентами ОАО «Магнит», выявило, что наибольшую рейтинговую оценку имеет «Магнит» (4,52). X5 RetailGroup имеет рейтинговую оценку 4,32, ОАО «Дикси Групп» имеет оценку 3,87, ООО «MetroCash&Carry» - оценку 3,82, сеть «О'КЕЙ» имеет оценку 3,68.

ОАО «Торговый Дом «Копейка» имеет конкурентные преимущества по показателям «Темпы расширения сети» и показателям «Эффективность распределения и поставок продукции», а также показателю «Активность маркетинга и рекламной кампании» над всеми конкурентами.

Проведенный анализ работы ОАО «Торговый Дом «Копейка» свидетельствует, что компания является финансово-устойчивой, заемные средства привлекаются путем выпуска облигаций.

ОАО «Торговый Дом «Копейка» имеет значительные конкурентные преимущества благодаря размерам сети, наличию собственных распределительных центров и транспортного парка, ориентации на сегмент потребителей с низким и средним уровнем дохода.

По международному опыту ритейла можно говорить о том, что выстраивание эффективной системы поставок отвечающей по своим функциям задачам выбранной бизнес-модели занимает не один десяток лет, а совершенствовать ее необходимо постоянно.

ОАО «Торговый Дом «Копейка» намерено в дальнейшем расширять сеть распределительных центров. Аналитики позитивно оценивают действия компании, отмечая, что наличие у ритейлера собственных складских помещений значительно сокращает издержки и положительно влияет на показатели рентабельности.

Отрасль продовольственного ритейла является устойчивой, объемы реализации продукции в отрасли по годам стабильно растут.

Таблица 5

Матрица стратегического положения и оценки действий SPACE

Критерии	Оценка		Весомость	Обобщенная оценка баллов	Примечания для выбора диапазона оценок
Факторы стабильности обстановки (ES)					
Темпы инфляции	4	0,2		0,8	Низкие - 0, высокие - 6
Изменчивость спроса	2	0,1		0,2	Низкие - 0, высокие - 6

Критерии	Оценка	Весомость	Обобщенная оценка баллов	Примечания для выбора диапазона оценок
Диапазон цен конкурирующих продуктов	5	0,2	1	Малый - 0, большой - 6
Препятствия для доступа на рынок	2	0,1	0,2	Мало - 0, много - 6
Давление конкурентов	5	0,3	1,5	Слабое 0, сильное - 6
Ценовая эластичность спроса	3	0,1	0,3	Негибкая - 0, гибкая - 6
Общая оценка критерия			4	
Факторы промышленного потенциала (IS)				
Потенциал роста	4	0,3	1,2	Малый - 0, большой - 6
Потенциал прибыли	4	0,2	0,8	Малый - 0, большой - 6
Финансовая стабильность	4	0,2	0,8	Низкая - 0, высокая - 6
Степень использования ресурсов	5	0,1	0,5	Неэффективное - 0, эффективное - 6

Критерии	Оценка	Весомость	Обобщенная оценка баллов	Примечания для выбора диапазона оценок
Капиталоинтенсивность	3	0,1	0,3	Большая - 0, малая - 6
Легкость доступа на рынок	6	0,1	0,6	Легко - 0, сложно - 6
Общая оценка критерия			4,2	
Факторы конкурентных преимуществ (СА)				
Доля рынка	1	0,2	0,2	Большая - 0, малая - 6
Качество продукции	2	0,3	0,6	Высокое - 0, низкое - 6
Жизненный цикл продукта	3	0,2	0,6	Начальный - 0, конечный - 6
Лояльность покупателей	3	0,1	0,3	Сильная - 0, слабая - 6
Использование мощностей конкурентами	2	0,1	0,2	Сильное - 0, слабое - 6
Вертикальная интеграция	5	0,1	0,5	Высокая - 0, низкая - 6

Критерии	Оценка	Весомость	Обобщенная оценка баллов	Примечания для выбора диапазона оценок
Общая оценка критерия			2,4	
Факторы финансового потенциала (FS)				
Прибыль на вложения	3	0,15	0,45	Низкая - 0, высокая - 6
Финансовая зависимость	4	0,15	0,6	Несбалансированная - 0, сбалансированная - 6
Ликвидность	4	0,2	0,8	Несбалансированная - 0, сбалансированная - 6
Необходимый/имеющийся капитал	2	0,1	0,2	Большой - 0, малый - 6
Поток средств	4	0,1	0,4	Слабый - 0, сильный - 6
Риск предприятия	4	0,3	1,2	Большой - 0, малый - 6
Общая оценка критерия			3,65	

В соответствии с матрицей SPACE, ОАО «Торговый Дом «Копейка» целесообразно избрать стратегическое направление агрессивного развития, т.е. расширение

деятельности быстрыми темпами, использование заемного капитала, выход на новые географические рынки.

Заключение

В курсовой работе были рассмотрены различные формы конкуренции на рынке и выявлены главные проблемы создания конкурентной среды в современном хозяйственном механизме страны, а также рассмотрена конкурентоспособность на примере одной из российских компаний (ТД «Копейка»).

Были решены следующие задачи:

1. Дано понятие конкуренции и конкурентоспособности предприятия в экономике.
2. Рассмотрены особенности конкуренции на современном рынке товаров и услуг.
3. Названы виды конкуренции.
4. Рассмотрено понятие конкурентоспособности предприятий.
5. Рассмотрена конкурентоспособность предприятий на примере компании «Балтика».
6. Проанализирован рынок розничного ритейла России и названы компании-лидеры.
7. Определены преимущества компании ТД «Копейка» перед конкурентами.

Слово «конкуренция» переводится с латинского как столкновение, борьба за достижение преимуществ в какой-либо сфере. В условиях рыночных отношений конкуренция и ее виды выступают как взаимодействие, соперничество предпринимателей за обеспечение возможности реализации своей продукции, удовлетворяя тем самым потребности покупателей. Поскольку законом рынка является борьба за выживание и экономическое процветание, конкуренция стихийно регулирует общественное производство.

По сравнению с монополией или плановым хозяйствованием, конкуренция - это соперничество, поддерживая динамизм экономической системы, позволяет создавать больше национального богатства при меньшей стоимости любого вида продукции. Оно обостряет производственные и рыночные отношения, вследствие чего повышается эффективность всей хозяйственной деятельности.

При этом конкуренция играет роль:

- регулятора рыночной стоимости товара;
- распределителя прибыли, зависящей от затрат труда;
- регулятора распределения капитала между различными производствами или отраслями.

Проведенный анализ работы ОАО «Торговый Дом «Копейка» свидетельствует, что компания является финансово-устойчивой, заемные средства привлекаются путем выпуска облигаций.

ОАО «Торговый Дом «Копейка» имеет значительные конкурентные преимущества благодаря размерам сети, наличию собственных распределительных центров и транспортного парка, ориентации на сегмент потребителей с низким и средним уровнем дохода.

По международному опыту ритейла можно говорить о том, что выстраивание эффективной системы поставок отвечающей по своим функциям задачам выбранной бизнес-модели занимает не один десяток лет, а совершенствовать ее необходимо постоянно.

ОАО «Торговый Дом «Копейка» намерено в дальнейшем расширять сеть распределительных центров. Аналитики позитивно оценивают действия компании, отмечая, что наличие у ритейлера собственных складских помещений значительно сокращает издержки и положительно влияет на показатели рентабельности.

Список используемой литературы

1. Бабук, И. М. Экономика предприятия: учебное пособие / И. М. Бабук. – Минск: Информационно-вычислительный центр Министерства финансов, 2008. – 326 с.
2. Гринцевич, Л. В. Экономика промышленного предприятия: учебно-методическое пособие / Л. В. Гринцевич. – Минск: Элайда, 2009. – 254 с.
3. Елизаров, Ю. Ф. Экономика организаций (предприятий): учебник / Ю. Ф. Елизаров. – Москва: Экзамен, 2008. – 495 с.

4. Иванов, И. Н. Экономика промышленного предприятия: учебник / И. Н. Иванов. – Москва: Инфра-М, 2011. – 393, [1] с.
5. Зайцев, Н. Л. Экономика, организация и управление предприятием: учебное пособие / Н. Л. Зайцев. – Москва: Инфра-М, 2009. – 453 с.
6. Сергеев, И. В. Экономика организации (предприятия): учебное пособие / И. В. Сергеев. – Москва: Финансы и статистика, 2008. – 573 с.
7. Титов, В. И. Экономика предприятия: учебник / В. И. Титов. – Москва: Эксмо, 2008. – 411 с.
8. Чалдаева, Л. А. Экономика предприятия: учебник / Л. А. Чалдаева. – Москва: Юрайт, 2011. – 347 с.
9. Шепеленко, Г. И. Экономика, организация и планирование. Пособие / Г. И. Шепеленко. – Ростов-на-Дону: МарТ, 2010. – 600 с.
10. Экономика организации (предприятия): учебное пособие / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов, В. А. Кузьменко. – Москва: КноРус, 2008. – 407 с.
11. Экономика организации (предприятия): учебник / [Е. В. Арсенова и др.]. – Москва: Экономистъ, 2009. – 617 с.
12. Экономика организации (предприятия, фирмы): учебник / [О. В. Антонова и др.]. – Москва: Вузовский учебник, 2008. – 534 с.
13. Экономика, организация и управление на предприятии: учебное пособие / [А. В. Тychинский и др.]. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 475 с.
14. Экономика предприятия и предпринимательской деятельности: учебник / П. В. Журавлев, С. А. Банников, Г. М. Черкашин. – Москва: Экзамен, 2008. – 542 с.
25. Экономика предприятия: учебник / [А. Н. Романов и др.]. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 767 с.
16. Экономика предприятия (фирмы): учебник по экономическим специальностям / [О. И. Волков и др.]. – Москва: Инфра-М, 2009. – 602 с.
17. Экономика предприятий (организаций): учебник / А. И. Нечитайло, А. Е. Карлик. – Москва: Проспект: Кнорус, 2010. – 304 с.

18. Экономика фирмы: учебник / [А. С. Арзамов и др.]. – Москва: Инфра-М: Национальный фонд подготовки кадров, 2010. – 526, [1] с.
 19. Экономика фирмы: учебник для вузов / [В. Я. Горфинкель и др.]. – Москва: ИД Юрайт, 2011. – 678 с.
 20. <http://www.baltika.ru/support/> Лидер российского рынка пива.
 21. <http://pivoinfo.ru/rossijskij-rynok-piva-obzor/> Российский рынок пива. Независимый рынок пива.
 22. <http://www.novosibirsk.fas.gov.ru/solution/8782> Решение по делу № 02-01-15-11-09 в отношении ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» и ООО «Трест питания № 1».
 23. http://marketpublishers.ru/report/company_reports/pivovarennaya-kompaniya-baltika-swot-analiz-kompanii.html Пивоваренная компания Балтика: финансовый, SWOT, конкурентный и отраслевой анализ компании.
 24. <http://bg-is.com/index.php/Konkurencsiya-biznes-grupp-v-traslyah/2010-08-03-12-48-57.html> Конкуренция бизнес-групп в пивоваренной отрасли
1. Бабук, И. М. Экономика предприятия: учебное пособие / И. М. Бабук. – Минск: Информационно-вычислительный центр Министерства финансов, 2008. – 127 с.
[↑](#)
 2. Чалдаева, Л. А. Экономика предприятия: учебник / Л. А. Чалдаева. – Москва: Юрайт, 2011. – 177 с. [↑](#)
 3. Экономика фирмы: учебник для вузов / [В. Я. Горфинкель и др.]. – Москва: ИД Юрайт, 2011. – 308 с. [↑](#)
 4. Чалдаева, Л. А. Экономика предприятия: учебник / Л. А. Чалдаева. – Москва: Юрайт, 2011. – 178с. [↑](#)
 5. Бабук, И. М. Экономика предприятия: учебное пособие / И. М. Бабук. – Минск: Информационно-вычислительный центр Министерства финансов, 2008. – 137 с.
[↑](#)

6. Экономика фирмы: учебник для вузов / [В. Я. Горфинкель и др.]. – Москва: ИД Юрайт, 2011. – 313 с. [↑](#)
7. Чалдаева, Л. А. Экономика предприятия: учебник / Л. А. Чалдаева. – Москва: Юрайт, 2011. – 165 с. [↑](#)
8. Экономика фирмы: учебник для вузов / [В. Я. Горфинкель и др.]. – Москва: ИД Юрайт, 2011. – 329 с. [↑](#)
9. Шепеленко, Г. И. Экономика, организация и планирование. Пособие / Г. И. Шепеленко. – Ростов-на-Дону: МарТ, 2010. – 100 с. [↑](#)
10. Шепеленко, Г. И. Экономика, организация и планирование. Пособие / Г. И. Шепеленко. – Ростов-на-Дону: МарТ, 2010. – 105 с. [↑](#)
11. Поданным Росстата за 2013 год [↑](#)
12. Russia Retail Report Q2 2010, Business Monitor International [↑](#)
13. FMCG (от англ. fast moving consumer goods) – товары повседневного спроса. [↑](#)