

# ОЦЕНКА И ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕЕ ПРОДУКТА, ТОРГОВОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ ИП ШАФОРОСТ Е.А., г. ВЛАДИВОСТОК

Т.А. Шафорост, бакалавр  
Ю.В. Балдина, канд. экон. наук, доцент

Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия

**Аннотация.** В данной работе рассматривается оценка и повышение уровня конкурентоспособности торгового предприятия ИП Шафорост Е.А. в г. Владивосток. Исследование включает анализ финансовых показателей, качество продукции и уровень обслуживания, а также применение PESTEL-анализа для выявления внешних факторов, влияющих на деятельность предприятия. Разработанная методология оценки конкурентоспособности учитывает как традиционные экономические показатели, так и факторы, влияющие на потребительские предпочтения.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, оптимизация, качество, маркетинг, продукция, методология, продукт.

## ASSESSMENT AND IMPROVEMENT OF THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE AND ITS PRODUCT, TRADING COMPANY IP SHAFOROST E.A., VLADIVOSTOK

**Abstract.** This paper considers the assessment and improvement of the competitiveness of the trading company IP Shaforost EA in Vladivostok. The study includes an analysis of financial indicators, product quality and service level, as well as the use of PESTEL analysis to identify external factors affecting the company's activities. The developed methodology for assessing competitiveness takes into account both traditional economic indicators and factors influencing consumer preferences.

**Keywords:** competitiveness, optimization, quality, marketing, products, methodology, product.

**Актуальность** темы исследования обусловлена высокой конкуренцией на рынке, где необходимо постоянно адаптироваться к изменениям потребительских предпочтений и экономической ситуации. В условиях нестабильности, вызванной колебаниями цен и изменениями в спросе, ИП Шафорост Е.А. должен оптимизировать затраты, улучшать качество продукции и внедрять новые технологии.

**Научная новизна** данного исследования заключается в комплексном подходе к оценке конкурентоспособности торгового предприятия ИП Шафорост Е.А. с учетом специфики рынка.

**Цель исследования** – провести оценку и повышение уровня конкурентоспособности предприятия и ее продукта (на примере торговое предприятие ИП Шафорост Е.А.).

### Задачи исследования:

1. Анализ финансовых показателей, качества продукции и уровня обслуживания для выявления сильных и слабых сторон предприятия на рынке;
2. Проведение PESTEL-анализа для выявления факторов, которые могут повлиять на деятельность ИП Шафорост Е.А.;
3. Формулирование стратегий и мероприятий, направленных на оптимизацию качества продукции, улучшение доступности товаров, развитие маркетинговых стратегий.
4. В работе использовались следующие методы: анализ научной литературы, анализ статистических данных, анализ финансовых показателей, сравнительный.

«Общепринятая трактовка понятия «конкуренция» звучит так – это состязательность, соперничество на каком-либо поприще» [2, с. 78].

На сегодняшний день закреплено легальное определение конкуренции, под которой, согласно п.7 ст. 4 ФЗ «О защите конкуренции» законодатель предлагает понимать: «соперничество хозяйствую-

щих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке» [1].

Для оценки конкурентоспособности используют различные методы, которые можно разделить на две группы:

**Расчётные** (метод рейтинговой оценки, оценка на основе расчёта доли рынка, метод оценки на основе теории эффективной конкуренции, метод оценки на основе потребительской стоимости);

**Теоретические** (матрица БКГ, SWOT-анализ, PEST-анализ, матрица конкуренции по М. Портеру, метод «многоугольник конкурентоспособности предприятия»).

«**Алгоритм оценки конкурентоспособности предусматривает** нахождение цели оценки, определение областей, которые учитываются при анализе, определение базы сравнения, выбор характеристик, подлежащих измерению, оценку выбранных характеристик, расчёт интегрального показателя конкурентоспособности и выводы о конкурентоспособности» [4, с. 66].

«Для повышения конкурентоспособности можно оптимизировать структуру капитала, реструктурировать активы и пассивы, повысить уровень качества сервиса клиентского обслуживания, внедрить принципы бережливого производства, расширить рынки и выйти на новые зарубежные площадки» [3, с. 121].

По мнению Е.А. Нигай «проблема повышения конкурентоспособности всегда актуальна для любого вида бизнеса, независимо от его масштабов, отраслевой специализации и территориальной принадлежности» [6].

Е.А. Нигай считает, что «в научной литературе представлено обширное разнообразие подходов к определению конкурентоспособности, что свидетельствует об актуальности, а также о многогранности и многоаспектности данной проблематики» [7].

По мнению Е.А. Нигай «сложившиеся условия среды оказывают влияние на выстраивание и изменение конкурентоспособности экономических систем, усложняя вопросы оценки конкурентных позиций. В связи с этим принимаются стратегические решения для повышения эффективности данных систем» [8].

В качестве практического примера проведем анализ на рынке хлебобулочных изделий, взяв за основу средний сегмент предприятий, то есть не монополистов и лидеров рынка.

Экономическая обстановка на рынке хлебобулочных изделий в России характеризуется высокой конкуренцией и изменчивостью, что обусловлено как внутренними, так и внешними факторами. Производители сталкиваются с необходимостью адаптации к изменяющимся условиям, что требует внедрения новых технологий и оптимизации производственных процессов [2, с. 79].

Анализ внешней среды предприятия с использованием PESTEL-методики позволяет выявить ключевые факторы, влияющие на деятельность ИП Шафорост Е.А. в сфере розничной торговли хлебобулочными и кондитерскими изделиями. Данный подход охватывает политические, экономические, социальные, технологические, экологические и правовые аспекты, формирующие условия функционирования предприятия (табл. 1).

Таблица 1

**PESTEL-анализ отрасли розничной торговли хлебобулочными и кондитерскими изделиями в России (2023–2024 гг.)**

Фактор	Описание
Политические	Усиление государственного контроля за качеством пищевой продукции; введение санкций и контранакций, влияющих на импортные поставки ингредиентов и оборудования
Экономические	Рост инфляции, повышение стоимости сырья и логистики; снижение покупательной способности населения; колебания курса рубля, влияющие на стоимость импортных компонентов
Социальные	Изменение потребительских предпочтений в сторону здорового питания; увеличение спроса на продукцию с натуральными ингредиентами; демографические изменения, влияющие на структуру потребления

Фактор	Описание
Технологические	Внедрение современных технологий производства и автоматизации; развитие онлайн-торговли и цифровых платформ для взаимодействия с клиентами; необходимость инвестиций в инновации для повышения конкурентоспособности
Экологические	Ужесточение экологических стандартов и требований к упаковке; рост осведомленности потребителей о экологичности продукции; необходимость внедрения устойчивых практик производства
Правовые	Изменения в налоговом законодательстве; введение новых стандартов безопасности пищевой продукции; обязательная сертификация и маркировка товаров

PESTEL-анализ показывает, что отрасль розничной торговли хлебобулочными и кондитерскими изделиями в России сталкивается с множеством вызовов и возможностей. В целом, компании в этой отрасли должны активно реагировать на данные факторы, чтобы обеспечить свое устойчивое развитие и конкурентоспособность на рынке.

На рис. 1 показаны статистические данные объема рынка хлебобулочных изделий в России.

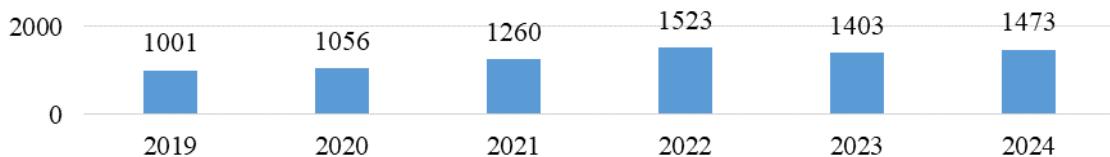


Рис. 1. Динамика объема рынка хлебобулочных изделий в России в период 2019–2024 гг. в млн руб.

В период с 2019-2024 гг. наблюдался динамический рост объема хлебобулочных изделий с 1001 млн руб. в 2019 г. до 1523 млн руб. в 2022 г. Далее следовал небольшой спад до 1403 млн руб. в 2023 г. В 2024 г. объем рынка хлебобулочных изделий увеличился по сравнению с 2023 г. на 70 млн руб. и составил 1473 млн руб. [12].

Далее произведем анализ конкуренции магазинов хлебобулочных изделий по городу Владивостоку.

Как уже писали выше, за основу берем средний сегмент рынка.

Рассмотрим выборку магазинов продажи хлебобулочных изделий во Владивостоке, по собранным данным ежегодной финансовой отчетности предприятий, взятой с сайта Аудит-Ит.ру [13] (табл. 2).

Таблица 2

#### Компании среднего сегмента по продаже хлебобулочных изделий во Владивостоке

Организация	Выручка, тыс. руб.
Магазин хлебобулочных и кондитерских изделий ИП Шафорост Е.А.	148 450
Магазин хлебобулочных и кондитерских изделий ИП Шестухина В.Ф.	130 777
Фирменный магазин ООО «Воздвиженский хлеб»	140 421
Магазин хлебобулочных изделий ООО «Колосок»	138 990
Кондитерский дом ИП Черепанов С.В.	100 150
Магазин хлебобулочных изделий ИП Нечаев В.А.	120 201
Производство пирожков и пян-се ООО «Синэргос»	189 999

Анализ выручки компаний среднего сегмента по продаже хлебобулочных изделий во Владивостоке показывает, что данный рынок характеризуется стабильными финансовыми показателями и

разнообразием предложений. Лидером среди компаний этого сегмента является производство пирожков и пян-се «Синэргос» с выручкой 189 999 тыс. руб., что свидетельствует о высоком интересе потребителей к их продукции. На втором месте находится магазин хлебобулочных и кондитерских изделий ИП Шафорост Е.А. с выручкой 148 450 тыс. руб., что также указывает на успешные продажи.

Анализируя деятельность конкуренции на рынке хлебобулочных изделий во Владивостоке следует отметить, что все магазины имеют одни и те же проблемы, т.е. необученный, технически не грамотный персонал с кустарным методом работ (например, согласно отзывам с 2ГИС [11] многие покупатели не довольны ИП Шафорост Е.А.), низкая оплата труда (например, ООО «Колосок» – текучесть кадров – частые объявления на сайте Фарпост [10] в разделе «вакансии»), что не способствует техническому росту, не качественному маркетингу – работа с клиентом. ООО Синэргос» завышает цены, а у ИП Черепанов С.В. персонал с низкой квалификацией из-за чего предоставляются услуги качества, которых оставляет желать лучшего.

Также конкурентов можно оценить с помощью классификации конкурентов по пяти ключевым факторам успеха [9, с. 55]. В таблице 3 приведены результаты исследования. Автором данной научной статьи был проведен онлайн опрос 108 потребителей во Владивостоке.

**Таблица 3**

**Классификация конкурентов по пяти ключевым факторам успеха**

Факторы успеха	Магазины (средний балл)						
	ИП Черепанов С.В.	ИП Шестухина В.Ф.	ООО «Воздвиженский хлеб»	ООО «Колосок»	ИП Нечаев В.А.	ИП Шафорост Е.А.	ООО «Синэргос»
Информированность	4	3,2	3,1	4	3,8	3,2	3,1
Качество товара	3,2	3,7	3,9	4,2	3,8	3,9	3,9
Доступность товара	2,7	2,5	2,8	2,7	2,6	3,1	2,8
Техническая помощь	2,5	2,7	2,6	3,5	2,8	3,7	2,6
Персонал	2,3	3,3	3,1	2,3	3,2	3,8	3,1
ИТОГО	14,7	15,4	15,5	16,4	16,2	17,7	15,5

Анализ классификации конкурентов по пяти ключевым факторам успеха показывает, что на рынке хлебобулочных изделий во Владивостоке присутствует значительное разнообразие в уровне предоставляемых услуг и качества продукции. Наивысший средний балл был у магазина хлебобулочных изделий ИП Шафорост Е.А. (17,7), что свидетельствует о высоком уровне информированности покупателей, качестве товара и профессионализме персонала. Это может указывать на успешные маркетинговые стратегии и активное взаимодействие с клиентами.

Анализ текущей ситуации на рынке хлебобулочных изделий во Владивостоке показывает, что ИП Шафорост Е.А. занимает сильные позиции благодаря высокой выручке (148 450 тыс. руб.) и наивысшему среднему баллу по пяти ключевым факторам успеха (17,7). Однако для дальнейшего повышения конкурентоспособности необходимо учитывать как внутренние, так и внешние факторы. Повышение уровня конкурентоспособности ИП Шафорост Е.А.:

**Улучшение качества товара:** продолжать совершенствование ассортимента и следить за свежестью продукции; внедрить системы контроля качества и проводить регулярные опросы клиентов;

**Информированность:** использовать цифровые каналы (социальные сети, контекстная реклама, email-маркетинг); участвовать в местных мероприятиях и выставках для повышения осведомленности о бренде.

**Оптимизация доступности товара:** рассмотреть расширение сети сбыта (доставка на дом, онлайн-продажи); улучшить логистику и сотрудничество с местными магазинами.

**Обучение и развитие персонала:** внедрить программы обучения для сотрудников, направленные на развитие навыков обслуживания и технической грамотности.

**Адаптация к изменениям на рынке:** регулярно проводить анализ рынка и отслеживать изменения в потребительских предпочтениях; обеспечить гибкость в адаптации к новым трендам и требованиям клиентов.

Полученные результаты:

1. ИП Шафорост Е.А. занимает второе место по выручке среди компаний среднего сегмента на рынке хлебобулочных изделий во Владивостоке (148 450 тыс. руб.), что свидетельствует о стабильных финансовых показателях и успешных продажах.

2. Наивысший средний балл по пяти ключевым факторам успеха у ИП Шафорост Е.А. (17,7), что указывает на высокий уровень информированности покупателей, качество товара и профессионализм персонала.

3. Выявлены проблемы, такие как недостаточная доступность товара и необходимость повышения квалификации персонала, что требует улучшения логистики и обучения сотрудников.

## **Вывод**

Исследование конкурентоспособности ИП Шафорост Е.А. на рынке хлебобулочных и кондитерских изделий во Владивостоке подчеркивает актуальность темы в условиях высокой конкуренции и экономической нестабильности. Компания занимает второе место по выручке среди аналогичных предприятий, что свидетельствует о ее стабильных финансовых показателях и успешных продажах. Наивысший средний балл по ключевым факторам успеха указывает на высокий уровень информированности покупателей и качество продукции. Однако выявленные проблемы, такие как недостаточная доступность товара и необходимость повышения квалификации персонала, требуют внимания. Рекомендации по улучшению конкурентоспособности включают оптимизацию качества продукции, активизацию маркетинговых усилий, расширение сети сбыта и обучение сотрудников. Реализация этих мер позволит ИП Шафорост Е.А. не только сохранить достигнутые результаты, но и значительно улучшить финансовые показатели, обеспечив устойчивое развитие бизнеса на фоне растущей конкуренции.

- 
1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 14.10.2024) «О защите конкуренции» // Собрание законодательства РФ. – 31.07.2006. – № 31 (1 ч.). – Ст. 3434.
  2. Абаева Н.П., Старостина Т.Г. Конкурентоспособность организаций. – Ульяновск: УлГТУ, 2023. – 259 с.
  3. Бронникова Т.С. Экономика фирмы: учебное пособие. – Москва: Тeис, 2022. – 222 с.
  4. Лисовская И.А. Основы менеджмента: учебное пособие. – Москва: Тeис, 2021. – 120 с.
  5. Марченко Т.И. Управление конкурентоспособностью предприятия // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы, 2021. – № 6. – С. – 144-146.
  6. Нигай ЕА., Попова И.В. Обоснование системного подхода к управлению конкурентоспособностью объектов на микро-, мезо- и макроуровне // Азимут научных исследований: экономика и управление, 2023. – Т. 8, № 2(27). – С. 268-270. 2
  7. Нигай Е.А. Многомерная модель конкурентоспособности организации в условиях трансформации конкурентных отношений: обоснование и принципы построения // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика, 2022. – № 5. – С. 54-69. 1
  8. Нигай Е.А. Обоснование объектных, пространственных и временных границ оценки конкурентоспособности экономических систем с учетом тенденций цифровизации экономики // Территория новых возможностей, 2022. – Т. 14, № 3(56). – С. 29-41. 3
  9. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: учебник для вузов. – Москва: ГНОМ и Д, 2022. – 304 с.
  10. Вакансии г.Владивосток // Фарпост [сайт]. – URL: <https://www.farpost.ru/vladivostok/rabota/vacansii> (дата обращения: 02.05.2025).
  11. Отзывы // 2 Гис.Владивосток [сайт]. – URL: <https://2gis.ru/vladivostok> (дата обращения: 02.05.2025).
  12. Рынки товаров и услуг // Федеральная служба государственной статистики [сайт]. – URL: <https://www.gks.ru/region/doc11185/IssWWW.exe/Stg/2022/d120/i120050r.htm> (дата обращения: 02.05.2025).
  13. Финансовый анализ // АудитИТ [сайт]. – URL: [https://finmozg.ru/finan\\_demo/index.html](https://finmozg.ru/finan_demo/index.html) (дата обращения: 02.05.2025).