

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра экономической теории  
и национальной экономики

Роль конкуренции в развитии предпринимательства

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 411 группы  
направления 38.03.01 Экономика  
экономического факультета  
Падаровой Эмили Рафаил кызы

Научный руководитель:  
старший преподаватель \_\_\_\_\_

В.А. Максимов

Зав. кафедрой:  
канд. экон. наук, доцент \_\_\_\_\_

Е.В. Огурцова

Саратов 2023

## **ВВЕДЕНИЕ**

Актуальность роли конкуренции в развитии предпринимательства обусловлена несколькими ключевыми факторами. Конкуренция побуждает предпринимателей эффективно использовать имеющиеся ресурсы, оптимизировать свою деятельность и сокращать издержки. Это приводит к более рациональному распределению ресурсов и повышению общей производительности экономики. Конкуренция заставляет предпринимателей искать новые идеи, продукты и услуги, чтобы выделиться среди конкурентов и стимулирует инновационный процесс и ведет к технологическому прогрессу, что положительно влияет на развитие экономики. Конкуренция является мощным стимулом для развития предпринимательской активности, поскольку предприниматели мотивированы создавать новые компании, разрабатывать инновационные продукты и услуги, а также находить новые рыночные ниши.

В условиях конкуренции предприниматели стремятся предложить лучшие товары и услуги, чтобы привлечь больше клиентов. Это приводит к улучшению качества продукции и повышению уровня удовлетворенности потребителей.

Конкуренция мотивирует предпринимателей оптимизировать свои издержки и предлагать более конкурентоспособные цены, что приводит к снижению цен на товары и услуги, что положительно сказывается на покупательской способности населения и уровне инфляции. Конкурентоспособная предпринимательская среда может привлечь иностранные инвестиции, поскольку инвесторы ищут перспективные рынки с высоким потенциалом роста и развития. За счет стимулирования инноваций, улучшения качества товаров и услуг, а также оптимизации цен, конкуренция способствует экономическому росту. Предпринимательская деятельность становится более эффективной, что ведет к созданию новых рабочих мест и увеличению ВВП страны.

Цель исследования заключается в определении и анализе влияния конкуренции на предпринимательскую деятельность и экономическое развитие, а также в выявлении возможностей для улучшения конкурентной среды и стимулирования предпринимательской активности.

Теоретической основой исследования являются публикации по теме исследования. В частности, изучены труды таких авторов как Егоров Ю.Н., Мансуров Р.Е., Портер М., Тарануха Ю.В. и других. Также были изучены материалы из сети Интернет, например, статьи о логистическом рынке в России, характеристики рынка логистических услуг, отчёты о российском логистическом рынке.

Исследование заключается в проведении комплексного анализа взаимодействия конкуренции и предпринимательства, включая мультидисциплинарный подход и применение современных методов исследования. Изучение новых факторов, влияющих на развитие конкуренции в предпринимательской среде, таких как влияние цифровой трансформации, глобализации и изменения рыночной среды на конкурентоспособность предприятий. Создание и апробация новых методик, моделей и инструментов для измерения и анализа конкурентоспособности предприятий и развития предпринимательства, что способствует повышению точности исследований в данной области.

Исследование способствует расширению и углублению теоретических знаний в области конкуренции и предпринимательства, что может стать основой для дальнейших исследований и разработки новых теорий и концепций.

При проведении исследования были использованы такие методы, как метод сравнения, метод бальной оценки конкурентоспособности, метод экспертного мнения, SWOT–анализ, PEST–анализ.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников и приложения.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Конкуренция является неотъемлемой частью предпринимательской деятельности. Это состояние рыночных отношений, в которых несколько фирм (предпринимателей) соперничают между собой за прибыль и долю на рынке, предлагая потребителям сходные товары или услуги. Конкуренция побуждает предпринимателей улучшать свой продукт или услугу, снижать цены и предоставлять более выгодные условия для покупателей.

Одной из ключевых концепций в конкуренции является конкурентоспособность предприятия. Конкурентоспособность – это способность предприятия конкурировать на рынке, удерживать и увеличивать свою долю рынка, привлекать новых клиентов и оставаться прибыльным.

На сегодняшний день даны различные определения конкурентоспособности (таблица 1).

Таблица 1 – Основные определения конкурентоспособности

| Автор                          | Определение конкурентоспособности   |
|--------------------------------|---|
| М. Портер                      | Свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений  |
| М. Гельвановский               | Обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования  |
| П. Завьялов                    | Концентрированно выражение экономических, научно–технических, производственных, организационно – управленческих, маркетинговых и иных возможностей страны, которые реализуются в товарах и услугах, успешно противостоящим конкурирующим аналогам как на внутреннем, так и на внешнем рынке   |
| В.Е. Хруцкий,<br>И.В. Корнеева | Способность успешно оперировать на конкретном рынке (регионе сбыта) в данный период времени путем выпуска и реализации конкурентоспособных изделий и услуг  |
| Н.С. Яшин                      | Включает совокупность, с одной стороны, характеристик самой организации, определяющуюся уровнем использования научно – технического, производственного, кадрового потенциала, а также потенциала маркетинговых служб, а с другой стороны внешних социально–экономических и организационных факторов, позволяющих организации создавать более привлекательную по ценовым и неценовым характеристикам продукцию по сравнению с конкурентами. Главный критерий эффективности организации |
| Р.А. Фатхутдинов               | Свойство объектов, характеризующее степень удовлетворения   |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке.<br/>         Определяет способность объекта выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке</p> |
|--|--|

Таким образом, конкурентоспособность фирмы рассматривается как совокупность ее основных характеристик, являющихся потенциалом организации, внешними и внутренними условиями среды, которые способствуют созданию уникального продукта, нацеленного на конечных потребителей. Конкуренция и конкурентоспособность предприятия имеют важное значение для развития экономики. Конкуренция способствует инновациям и совершенствованию продуктов и услуг, что повышает их качество и делает их более доступными для потребителей. Конкурентоспособные предприятия способствуют развитию экономики и созданию новых рабочих мест, а также могут иметь положительный эффект на рост ВВП.

Оценка конкурентного положения субъекта предпринимательства является важным этапом стратегического планирования бизнеса. Методы оценки конкурентного положения помогают определить сильные и слабые стороны компании в отношении ее конкурентов на рынке.

Существует множество методов оценки конкурентного положения, включая SWOT–анализ, PEST–анализ, анализ многоугольника конкурентоспособности, анализ портфеля продуктов или услуг, анализ стоимости и т.д. Каждый из этих методов имеет свои преимущества и недостатки и может использоваться в зависимости от целей и задач бизнеса.

SWOT–анализ помогает определить сильные и слабые стороны компании внутри ее внутренней среды, а также возможности и угрозы внешней среды. PEST–анализ помогает оценить влияние политических, экономических, социальных и технологических факторов на бизнес–среду. Анализ многоугольника конкурентоспособности позволяет оценить конкурентное положение компании на рынке, учитывая факторы

производства, стратегические решения и структуры отрасли, конкуренцию и потребительские предпочтения.

В целом, использование методов оценки конкурентного положения помогает бизнесу лучше понимать свою позицию на рынке и определить, какие действия необходимо предпринять для улучшения своей конкурентоспособности.

Управленческий цикл обеспечения конкурентоспособности предприятия является важным инструментом для поддержания и усиления конкурентного положения компании на рынке. Он состоит из нескольких этапов, каждый из которых важен для успешной работы предприятия.



Рисунок 1 – Управленческий цикл обеспечения конкурентоспособности предприятия

Как видно из рисунка 1, конкурентоспособность предприятия зависит от многих факторов, которые можно разделить на внешние и внутренние. К внешним факторам влияния на конкурентные преимущества можно отнести следующие: существование основных конкурентов организации; существование поставщиков организации; существование потребителей организации; рынок трудовых ресурсов. К внутренним факторам влияния на конкурентные преимущества можно отнести следующие: определенные

свойства сырья для производства; производственные ресурсы; существующие у предприятия основные средства; организационная структура предприятия.

В рамках данной работы проведен анализ конкуренции в обществе с ограниченной ответственностью «Три-3». Компания осуществляет деятельность с 2006 г. и эффективно функционирует.

ООО «Три– 3» – частная медицинская организация, работающая на коммерческих основаниях и предоставляющая своим клиентам услуги в сфере здравоохранения и оказания медицинской помощи. Миссией клиники является: максимально полное удовлетворение населения в качественном и безболезненном офтальмологическом лечении, которое обеспечивает квалифицированный и доброжелательный персонал.

В таблице 2 проведен анализ основных экономических показателей за 2019–2021 гг.

Таблица 2– Основные показатели производственно–хозяйственной деятельности клиники ООО «Три– 3». за 2019–2021 гг., тыс. руб.

| Показатели                             | 2019 г. | 2020 г. | 2021 г. | Абсолютные отклонения, тыс. руб. (+,-) |               | Относительные отклонения, % |               |
|--|---------|---------|---------|--|---------------|-----------------------------|---------------|
|  |         |         |         | 2020/<br>2019                          | 2021/<br>2020 | 2020/<br>2019               | 2021/<br>2020 |
| Выручка от реализации услуг, тыс. руб. | 0       | 5277    | 30 655  | 5277                                   | 25 378        | –                           | 581           |
| Себестоимость продаж, тыс. руб.        | 57      | 9214    | 28980   | 9157                                   | 19 766        | –                           | 315           |
| Прибыль от продаж, тыс. руб.           | –57     | –3937   | 1 675   | –3880                                  | 5 612         | –                           | –43           |
| Проценты к уплате, тыс. руб.           | 8       | 360     | 504     | 352                                    | 144           | –                           | 140           |

|  |     |       |      |       |       |       |     |
|--|-----|-------|------|-------|-------|-------|-----|
| Прочие доходы, тыс. руб.                                   | 77  | 648   | 227  | 571   | -421  | 842   | 35  |
| Прочие расходы, тыс. руб.                                  | 27  | 228   | 605  | 201   | 377   | 844   | 265 |
| Прибыль до налогообложения, тыс. руб.                      | -15 | -3877 | 793  | -3862 | 4 670 | 25847 | -20 |
| Налог на прибыль, тыс. руб.                                | -   | 59    | 407  | -     | 348   | -     | 690 |
| Чистая прибыль, тыс. руб.                                  | -15 | -3936 | 386  | -3921 | 4 322 | 26240 | -10 |
| Рентабельность продаж, % к выручке                         | 0   | -74,6 | 5,5  | -74,6 | 80,1  | 76    | -   |
| Среднесписочная численность сотрудников, чел.              | 0   | 9     | 24   | -     | 15    | -     | 267 |
| Производительность труда одного сотрудника, тыс. руб./чел. | -   | 586   | 1277 | 9     | 691   | -     | 218 |

Из данных таблицы 6 следует, что деятельность организации в момент ее открытия и подготовки деятельности – 2019 год являлась убыточной, так как клиника не оказывала никаких услуг. В 2020 году, когда началась осуществлять основная деятельность, из-за пандемии коронавирусной инфекции и закрытия деятельности клиники на карантин, клиника не смогла выйти на безубыточную деятельность. В 2020 году выручка от реализации составила 5277 тыс. руб., при этом себестоимость была выше и составляла 9214 тыс. руб. В итоге убыток составил 3937 тыс. руб.

Со снятием ограничительных мер, объемы офтальмологической помощи повысились. Выручка от реализации в 2021 году увеличилась на 25378 тыс. руб., себестоимость на 19766 тыс. руб. При этом превышение



темпов роста выручки – 481% над темпами роста себестоимости – 215% позволило предприятию увеличить прибыль от реализации на 5612 тыс. руб., прибыль до налогообложения на 4670 тыс. руб., чистую прибыль на 4322 тыс. руб. Рост чистой прибыли привел к росту рентабельности деятельности на 76%. Также следует отметить, что в 2021 году в связи с повышением масштабов деятельности увеличилось количество обслуженных клиентов (рисунок 5).

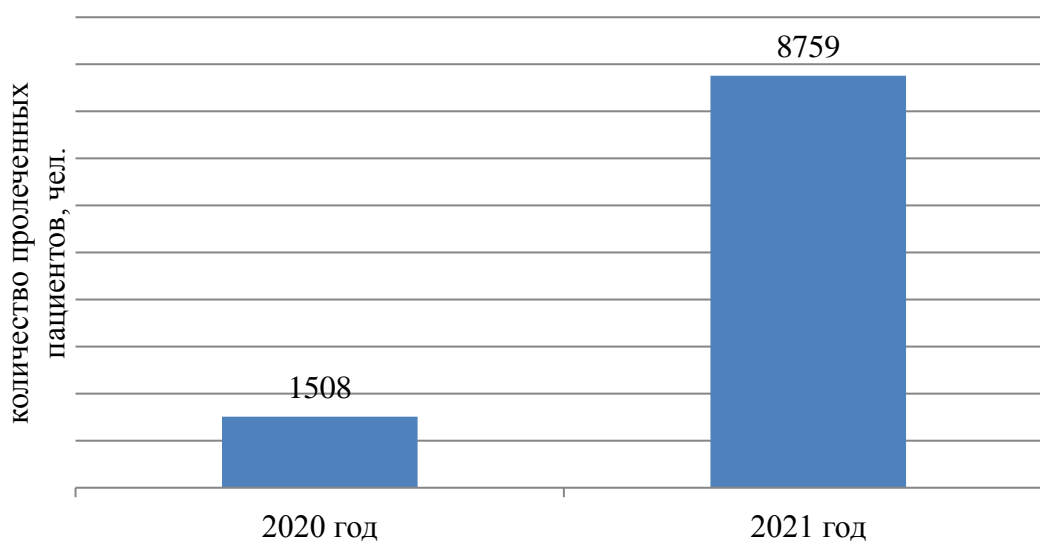


Рисунок 5 – Динамика количества обслуженных клиентов клиники ООО «Три– 3» в 2020–2021 годах

Анализ конкурентоспособности показывает, что ООО «Три– 3» имеет резервы роста конкурентного преимущества за счет организации рентгеновских, лазерных, кросслинкиговых услуг. В настоящее время только один, наиболее сильный конкурент предоставляет данные услуги.

Из основных мероприятий для роста конкурентоспособности ООО «Три– 3» было предложено расширить комплексность услуг за счет организации рентгеновских, лазерных, кросслинкиговых услуг путем приобретения современного цифрового рентген–аппарата и организации рентген кабинета. Помимо обеспечения дополнительного дохода данное мероприятие позволит повысить лояльность клиентов, так как устранит

необходимость клиентам посещать другие клиники, а как следствие приведёт к сокращению времени лечения. Кроме того, повысится качество лечения за счет панорамной диагностики зрения. Установление среднерыночных цен на услуги позволит привлечь новых посетителей в клинику, повысить конкурентоспособность услуг клиники по цене.

Также для роста конкурентоспособности предусмотрено изменить график работы клиники: ежедневно с 09.00 до 21.00 для удобства посетителей клиники, повышения качества и оперативности их обслуживания клиентов. Данное мероприятие также позволит повысить количество посетителей клиники.

Следовательно, предложенные мероприятия являются эффективными, позволяют повысить конкурентоспособность клиники и их следует принять к реализации.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Конкурентоспособность играет важную роль в обеспечении эффективности и результативности организации на конкурентном рынке. Конкурентоспособность является многоаспектным понятием, и означает соответствие товаров, продукции, услуг организации условиям рынка, конкретным предпочтениям и требованиям потребителей не только по своим качественным, экономическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям ее деятельности (цена, сервис, реклама).

Основным направлением роста конкурентоспособности офтальмологической организации является повышение качества лечения и комплексности услуг, так как основной тенденцией в настоящее время является рост предпочтения пациентов получать всю необходимую квалифицированную медицинскую помощь в одном месте, оснащение клиник высокотехнологичным оборудованием, выбор удобного месторасположения клиники, повышение внимания и вежливости к каждому пациенту.

Современные материалы, новые технологии – это один из основных факторов успеха офтальмологических организаций. Клиники, приобретающие и внедряющие у себя передовые технологии и новые достижения современной науки, обладают существенным конкурентным преимуществом. Это позволяет им динамичнее развиваться и привлекать большее количество пациентов по сравнению с менее прогрессивными конкурентами.

В практической части работы проведен анализ конкурентоспособности офтальмологической организации ООО «Три– 3» .

Анализ основных финансово–экономических показателей деятельности ООО «Три– 3» показал, что в 2021 году наблюдается рост эффективности деятельности клиники, что показывает рост выручки от реализации,

прибыли, рентабельности, эффективности использования трудовых ресурсов. Расширение масштабов деятельности, снятие ограничительных мер по коронавирусу позволило вывести клинику из убыточного состояния в 2020 году до прибыльного в 2021 году.

В ходе оценки конкурентоспособности ООО «Три– 3» выявлено, что деятельность рассмотренных офтальмологических клиник практически одинаковая: клиники имеют квалифицированный состав врачей, оказывают качественные услуги, осуществляя деятельность вежливо и с индивидуальной внимательностью к каждому клиенту. Однако ООО «Три– 3» среди рассмотренных конкурентов занимает второе место в рейтинге конкурентоспособности, уступая ООО «Кири–Око». Это обусловлено тем, что клиника имеет неудобный график работы в выходные дни, оказывает узкий ассортимент услуг, так как отсутствует диагностика, хирургические услуги, что есть у ООО «Кири–Око». Следовательно, устранение данных недостатков является основными резервами роста конкурентоспособности клиники.

С целью роста конкурентоспособности ООО «Три– 3» было предложено расширить комплексность услуг за счет оказания рентгеновских, лазерных, кросслинковых услуг путем приобретения современного цифрового рентген–аппарата и организации деятельности рентген–кабинета. Помимо обеспечения дополнительного дохода данное мероприятие позволит повысить лояльность клиентов, так как устранит необходимость посещения клиентами других клиник и приведёт к сокращению времени лечения. Кроме того, повысится качество лечения за счет панорамной диагностики зрения. Установление среднерыночных цен на услуги позволит привлечь новых посетителей в клинику, повысить конкурентоспособность услуг клиники по цене.

Также для роста конкурентоспособности предусмотрено изменить график работы клиники: ежедневно с 09.00 до 21.00 для удобства посещения клиники, повышения качества и оперативности обслуживания клиентов. Данное мероприятие также позволит повысить количество посетителей клиники.

Оценка эффективности оказания рентгеновских, лазерных, кросслинкиговых услуг показала, что клиника, несмотря на рост затрат, в течение планируемого периода будет получать прибыль. Инвестиции в размере 1007 тыс. руб. окупятся за 2 года. Кроме того, чистая текущая стоимость проекта за 3 года составит 451,3 тыс. руб., индекс доходности (1,45) больше единицы, что доказывает эффективность мероприятия.

Оценка результативности изменения графика работы ООО «Три– 3» показала, что помимо роста конкурентоспособности клиника сможет увеличить посещаемость, выручку, чистую прибыль и рентабельность деятельности.

Следовательно, предложенные мероприятия являются эффективными, позволяют повысить конкурентоспособность клиники и их следует принять к реализации.