

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ МОРДОВСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им Н. П. ОГАРЁВА»

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ ООО «ВРЕМЯ»

Автор работы:
С.Н. Лобанов

Саранск 2021

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ

- ▶ **Конкуренция** (лат. concurrentia, от лат. concurro - сбегаться, стекаться, совпадать, соответствовать, равняться, быть равным) - это борьба между экономическими субъектами за максимально эффективное использование факторов производства, при единых правилах для всех её участников.
- ▶ **Конкурентоспособность** - свойство субъекта, указывающее на его способность выдерживать конкуренцию с себе подобными, на его способность совершать конкурентные действия и др.
- ▶ **Конкурентоспособность продукции** - способность товара быть привлекательным для покупателя по сравнению с другими изделиями аналогичного вида и назначения благодаря лучшему соответствию его качественных и стоимостных характеристик требованиям данного рынка и потребительским оценкам.

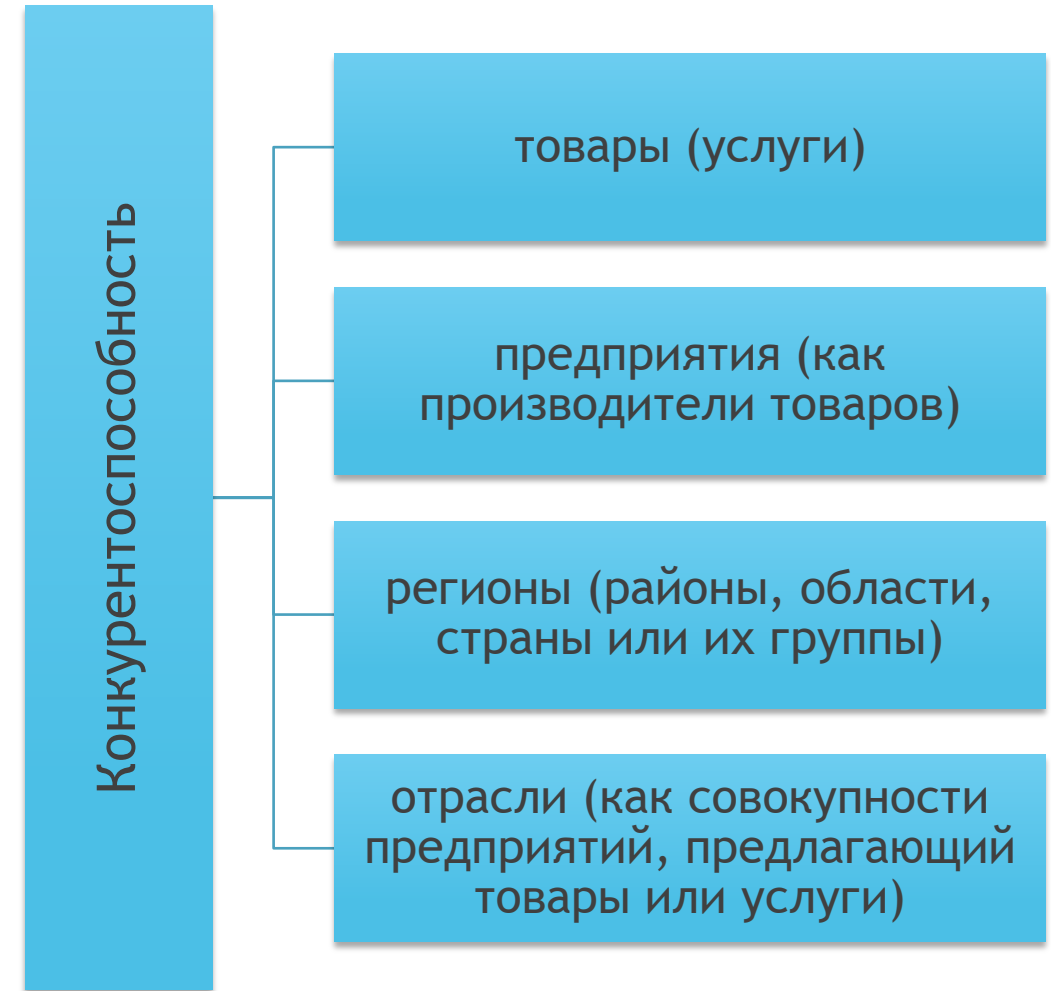
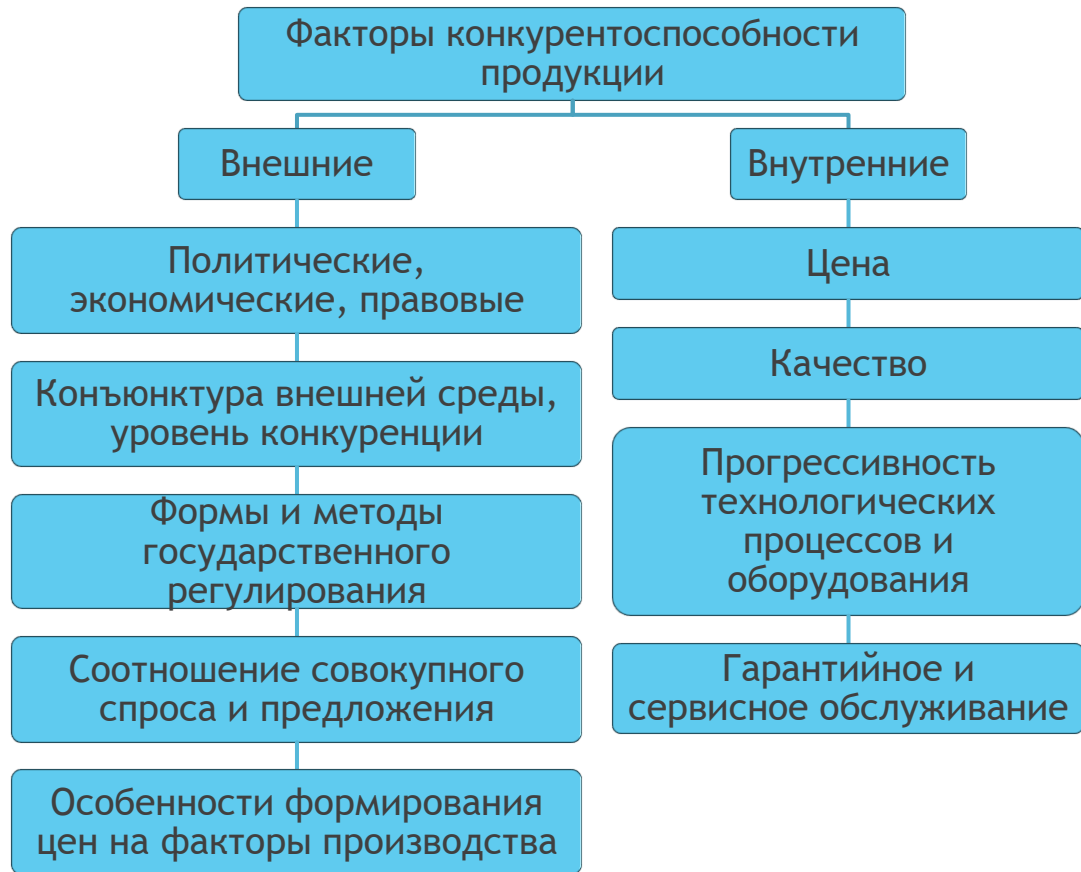


Рисунок 1 - Виды конкурентоспособности

СОВОКУПНОСТЬ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ



- ▶ **Фактор конкурентоспособности** - непосредственная причина, наличие которой необходимо и достаточно для изменения одного или нескольких критериев конкурентоспособности.
- ▶ **Конкурентоспособность** - свойство субъекта, указывающее на его способность выдерживать конкуренцию с себе подобными, на его способность совершать конкурентные действия и др.
- ▶ Под **внутренними** факторами мы понимаем внутреннюю среду предприятия: элементы, составляющие экономический потенциал предприятия, который определяется совокупностью ресурсов предприятия и эффективностью их использования. **Внешние** факторы - это все, что находится за пределами предприятия.

Рисунок 2 - Факторы конкурентоспособности продукции

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ, ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

- ▶ Система управления конкурентоспособностью продукции - это совокупность организационной структуры, методик, процессов и ресурсов, рычагов и стимулов, необходимых для создания и реализации условий, способствующих созданию конкурентных преимуществ в настоящей или будущей бизнес-среде.
- ▶ Главная цель управления конкурентоспособностью продукции предприятия - это максимальное удовлетворение потребностей клиентов наиболее выгодным для производителя способом.

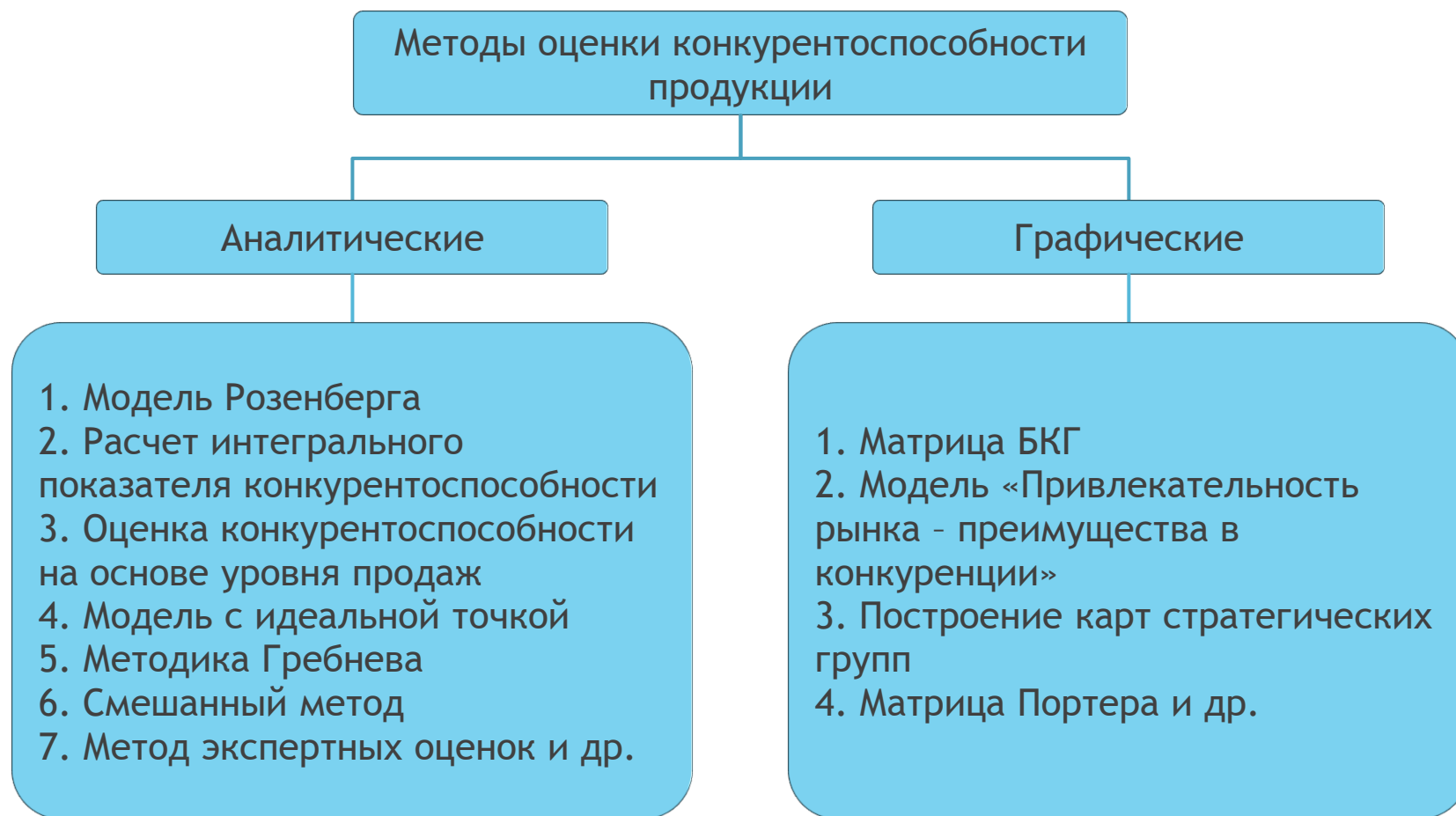


Рисунок 3 - Методы оценки конкурентоспособности продукции

ИССЛЕДОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ В ООО «ВРЕМЯ»

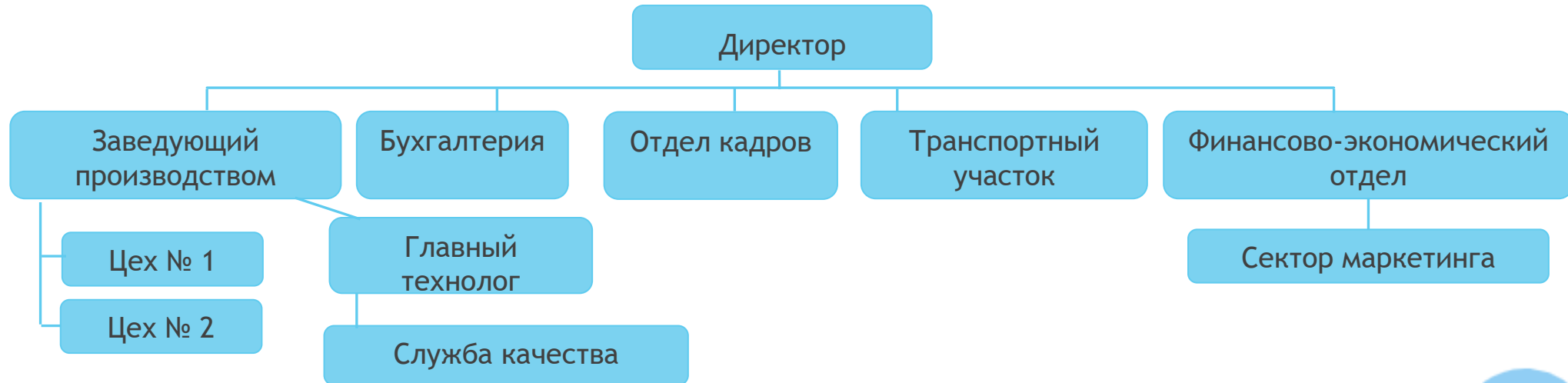


Рисунок 4 - Организационная структура ООО «Время»



Уровни системы управления конкурентоспособностью продукции в ООО «Время» включают в себя:

- ▶ **Технический уровень процесса.**
- ▶ **Уровень маркетинга и рекламно-информационного обеспечения.**
- ▶ **Уровень системы управления качеством на предприятии.**
- ▶ **Стратегия ценообразования.**
- ▶ **Управление кадрами, творческой деятельностью трудового коллектива.**

- ▶ ООО «Время» организовано 10 июля 2014 г., является частью холдинга «Новотроицкий». Организация производит колбасные изделия и мясные деликатесы из собственного сырья и исключительно по ГОСТу. На данный момент предприятие выпускает 54 наименования продукции.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ



Рисунок 5 - Факторы конкурентоспособности продукции

▶ Российский рынок колбасных изделий является динамичным и перспективно развивающимся. Здесь заметен более высокий уровень конкуренции, чем на других продовольственных рынках. По тому, как часто и в каких количествах люди употребляют мясные продукты, судят об экономическом благосостоянии и здоровье нации.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Таблица 1 - Сводная таблица опроса потребителей мясной продукции

№	Наименование вопроса	Варианты ответа					
1	Укажите, пожалуйста, к какой категории респондентов Вы относитесь	а		б			
		95%		5%			
2	Пользуетесь ли Вы продукцией, производимой на предприятии?	а	б	в	г		
		28%	39%	27%	6%		
3	Как Вы можете охарактеризовать качество продукции?	а	б	в	г		
		12%	76%	12%	-		
4	Из каких источников Вы узнали от продукции предприятия?	а	б	в	г	д	е
		3%	38%	17%	20%	17%	5%
5	Какая на ваш взгляд цена на продукцию предприятия?	а	б	в	г	д	
		9%	27%	64%	-	-	
6	Можно ли считать продукцию предприятия лидером на рынке?	а	б	в	г		
		13%	75%	12%	-		
7	Что Вы хотели бы рекомендовали бы предприятию поменять?	а	б	в	г	д	
		10%	31%	30%	29%	-	
8	Что на Ваш взгляд определяет успешность продукции предприятия на рынке?	а	б	в	г		
		3%	72%	13%	12%		

Вопрос 1:

- А. внутренний (сотрудник предприятия)
- Б. внешний (клиент, партнёр)

Вопрос 2:

- А. да, постоянно
- Б. да, иногда
- В. очень редко
- Г. никогда не пробивал(а)

Вопрос 3:

- А. высокое
- Б. среднее
- В. низкое
- Г. отвратительное

Вопрос 4:

- А. реклама в СМИ
- Б. рассказы родственников, друзей
- В. случайный выбор
- Г. совет продавца
- Д. реклама на улице, вывески
- Е. продукция предприятия не известна

Вопрос 5:

- А. «сущие» копейки
- Б. доступная многим
- В. средняя
- Г. дороговато
- Д. очень дорого

Вопрос 6:

- А. да, она пользуется большим спросом
- Б. да, но она не намного выигрывает у конкурентов
- В. нет, продукция имеет низкий спрос
- Г. нет, продукция вообще никому не интересна

Вопрос 7:

- А. увеличить ассортимент
- Б. улучшить качество
- В. понизить цену
- Г. усовершенствовать сбыт, рекламу
- Д. ничего, продукция никому не интересна

Вопрос 8:

- А. выгодное географическое положение
- Б. соотношение цена качество
- В. широкий ассортимент
- Г. рекламная деятельность

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Таблица 2 - Характеристика показателей конкурентоспособности вареных колбас разных производителей.

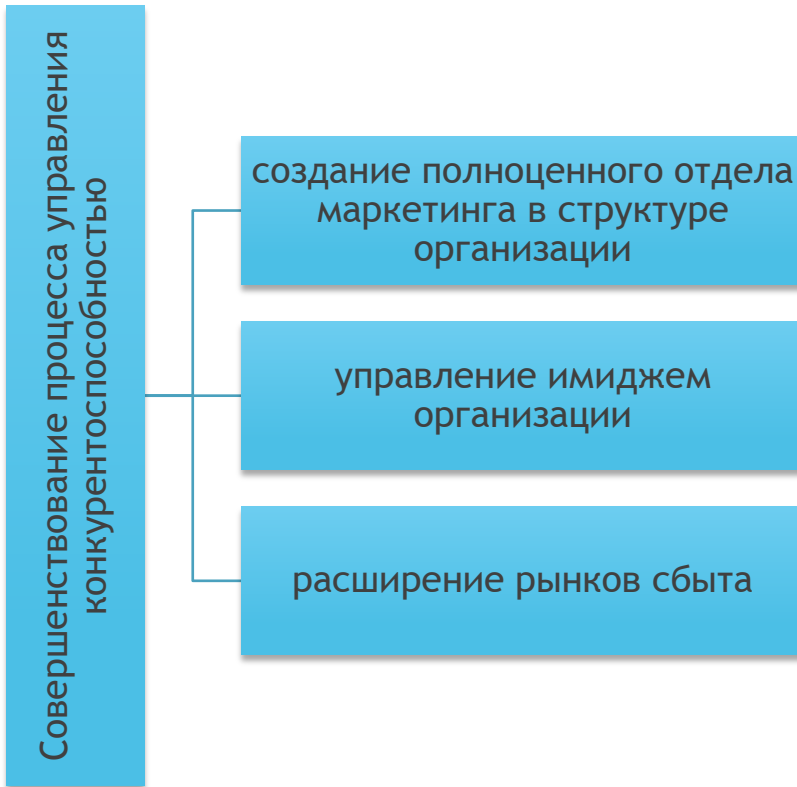
№	Наименование показателя	Образцы			
		Колбаса «Докторская» ООО «Время»	Колбаса "Докторская" МК Великолукский	Колбаса Стародворские Колбасы «Вязанка молочная»	Колбаса МП Атяшево «Молочная»
1	Известность марки	2	3	3	3
2	Близость поставщика	2	4	3	3
3	Органолептические показатели	3	4	4	4
4	Физико-химические показатели	3	4	4	3
5	Сырье	3	2	4	2
6	Ссылка на нормативный документ	4	3	4	3
7	Условия и сроки хранения	4	4	4	3
8	Цена	4	3	2	3
	ИТОГО	25	27	28	24

Таблица 3 - Расчет комплексного показателя конкурентоспособности вареных колбас разных производителей.

№	Наименование показателя	Образцы			
		Колбаса «Докторская» ООО «Время»	Колбаса "Докторская" МК Великолукский	Колбаса Стародворские Колбасы «Вязанка молочная»	Колбаса МП Атяшево «Молочная»
1	Известность марки	0,16	0,24	0,24	0,24
2	Близость поставщика	0,16	0,32	0,24	0,24
3	Органолептические показатели	0,24	0,32	0,32	0,32
4	Физико-химические показатели	0,24	0,32	0,32	0,24
5	Сырье	0,24	0,16	0,32	0,16
6	Ссылка на нормативный документ	0,32	0,24	0,32	0,24
7	Условия и сроки хранения	0,32	0,32	0,32	0,24
8	Цена	0,32	0,24	0,16	0,24
	ИТОГО	2	2,16	2,24	1,92

- ▶ Для расчета комплексного показателя конкурентоспособности K необходимо определить весомость показателей. Для этого мы воспользовались пирамидой конкурентоспособности товара с позиции потребителя.

РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ



- ▶ Создание **отдела маркетинга** направлено на:
 - мониторинг текущего состояния конкурентоспособности продукции;
 - выявление отклонений от целей;
 - разработка плана мероприятий и обеспечение его реализации;
 - анализ результатов и т.д
- ▶ **Управление имиджем в интернете включает в себя:**
 - Работа с отзывами;
 - Контент-маркетинг;
 - Работа с лидерами мнений;
 - Создание положительного имиджа компании в социальных сетях;
 - PR сайта и его поисковое продвижение.
- ▶ **Расширение рынков сбытов:** представление товара в локальных и федеральных торговых сетях, таких как Лента, Магнит, Пятерочка, Перекресток, а также в других регионах.

Рисунок 6 - Основные направления по повышению конкурентоспособности продукции ООО «Время»

СНИЖЕНИЕ ИЗДЕРЖЕК ПРОИЗВОДСТВА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

ДО. Таблица 4 - Калькуляция себестоимости колбасы вареной «Докторская»

Наименование сырья и ингредиентов	руб/кг	кг
Стоимость фарша, руб/кг	245,53	
Потери, кг		2
Стоимость с учетом выхода, руб/кг	250,44	
Оболочка, руб/кг	15,2	
Клипсы, руб/кг	5	
Внепроизводственные расходы, руб/кг	-	
Производственные расходы, руб/кг	114	
Полная с/с	384,64	
Рентабельность, %	20	
Отпускная цена, руб. без НДС	461,57	

ПОСЛЕ. Таблица 5 - Калькуляция себестоимости колбасы вареной «Докторская»

Наименование сырья и ингредиентов	руб/кг	кг
Стоимость фарша, руб/кг	245,53	
Потери, кг		2
Стоимость с учетом выхода, руб/кг	250,44	
Оболочка, руб/кг	15,2	
Клипсы, руб/кг	5	
Внепроизводственные расходы, руб/кг	-	
Производственные расходы, руб/кг	87,69	
Полная с/с	384,64	
Рентабельность, %	20	
Отпускная цена, руб. без НДС	429,99	

- ▶ В структуре себестоимости сырье и ингредиенты составляют 65 % от полной себестоимости, оболочка и клипсы - 5 %, общепроизводственные расходы - 30 %.
- ▶ В настоящий момент производственные мощности компании позволяют увеличить выпуск производства на 30 % не увеличивая при этом общепроизводственные расходы.
 - $95\,700 * 114 = 10\,909\,800$ руб. - общепроизводственные затраты в 2020 г.
 - $95\,700 * 1,3 = 124\,410$ кг - планируемый объем выпуска при увеличении объемов производства на 30 %;
 - $124\,410 / 10\,909\,800$ руб. = 87,69 руб/кг - планируемые общепроизводственные расходы в 2021 г.
- ▶ Таким образом, общепроизводственные издержки будут снижены на **23 %**, а а полная себестоимость колбасы вареной «Докторская» снизится на **6,8 %**.
- ▶ Иные способы оптимизации общепроизводственных затрат на предприятии:
 - Оптимизация складской логистики
 - Оптимизация производственного процесса
 - Оптимизация процесса закупок
 - Оптимизация транспортной логистики

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ