

## ЭКОНОМИКА

*Норкина Александра Михайловна*

магистрант

*Юхнева Нина Андреевна*

канд. экон. наук, профессор, доцент

ГОУ ВПО «Вятский государственный университет»

г. Киров, Кировская область

### **КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ ФАБРИКИ СТРОИТЕЛЬНОГО И ИНТЕРЬЕРНОГО СТЕКЛА «ОЛЕСЯ» Г. КИРОВ**

*Аннотация:* своевременный анализ конкурентной среды предприятия, определение его сильных и слабых сторон, позволяет предугадать действия конкурентов, скорректировать стратегию предприятия и обеспечить стабильную и уверенную работу на длительное время.

*Ключевые слова:* Конкуренция, конкурентная среда, стратегия.

Рынок отрасли по обработке стекла представляет собой множество предприятий, работающих в одном направлении, имеющих покупателей с одинаковыми потребностями, и связанных друг с другом определенными отношениями. Механизмом, регулирующим эти отношения, является конкуренция. Конкуренция позволяет отсеять слабых игроков и дает возможность производителям улучшать, налаживать, оптимизировать работу своего предприятия [1].

Качественный анализ конкурентной среды позволяет определить лидеров отрасли, основные положительные направления их работы, выявить сильные и слабые стороны. Также конкурентный анализ позволяет предугадать их действия в будущем и предусмотреть реакцию конкурентов на деятельность друг друга. Правильная политика в отношении конкурентов, позволяет предприятиям стабильную и уверенную работу в долгосрочном периоде, а своевременное предвидение действий конкурентов предоставляет возможность принятия ответных стратегических действий соответствующих сложившимся ситуациям.

В качестве объекта исследования использовано одно из крупнейших предприятий г. Кирова – фабрика интерьерного и строительного стекла «Олеся». Фабрика «Олеся» является одним из крупнейших предприятий г. Кирова по обработке стекла. Фабрика основана в 2007 году на базе производства корпусной мебели «Олеся». В процессе расширения мебельного производства предприятие разделилось на два и стало самостоятельным предприятием по обработке интерьерного и строительного стекла.

Современные производственные технологии предприятия позволяют использовать практически все способы обработки стекла: резка, еврообработка, криволинейная обработка, алмазная гравировка и другие виды обработки. Оборудование фабрики по уровню оснащения является самым технологичным в г. Кирове.

Предприятие является рентабельным, несмотря на повышение себестоимости, таблице 1.

Таблица 1

Динамика основных экономических показателей деятельности фабрики интерьерного и строительного стекла «Олеся» за 2012–2014 годы

Год	Товарооборот, тыс. руб.	Себестоимость, тыс. руб.	Валовая прибыль, тыс. руб.	Рентабельность, %.
2012	40 590,84	29 680,54	10 910,3	29%
2013	35 563,202	21 890,53	13 672,672	35%
2014	76 793,341	42 860,72	33 932,621	48%

Высоких показателей товарооборота и рентабельности за 2014 год предприятие достигло за счет повышения цен на обработку стекла и перехода на работу с другим поставщиком более дешевого с тем же уровнем качества листового стекла.

Выявлено, что на работу предприятия оказывает влияние сезонность работы и изменение объема продаж мебельных предприятий, которые являются основными покупателями продукции фабрики.

Данные о сезонном изменении товарооборота в течение 2014 года приведены в таблице 2.

Таблица 2

## Сезонное изменение товарооборота за 2014 г.

Месяц	Товарооборот, тыс. руб.	Себестоимость, тыс. руб.	Валовая прибыль, тыс. руб.	Рентабельность, %.
Январь	10 723,284	4 024,253	6 699,03	62,47
Март	9 896,587	5 903,146	3 993,44	40,35
Май	8 373,116	3 067,913	5 305,203	63,36
Июль	13 567,148	9 204,326	4 362,822	32,16
Сентябрь	15 737,599	11 205,395	4 532,174	28,8
Ноябрь	11 721,336	7 155,762	4 565,573	38,95

Фабрика стекла функционирует на рынке оптовых и розничных покупателей, сбыт осуществляется самостоятельным оптово-розничным подразделением.

Сводные данные по оптовому и розничному товарооборотам за 2012-2014 годы представлены в таблице 3.

Таблица 3

## Динамика структуры товарооборота фабрики интерьерного и строительного стекла за 2012–2014 годы

Год	Оптовый товарооборот		Розничный товарооборот		Общий товарооборот по предприятию за год	
	Тыс. руб.	Уд. вес, %	Тыс. руб.	Уд. вес, %	Тыс. руб.	Уд. вес, %
2012	35 789,5	88	4 801,340	12	40 590,84	100
2013	26 001,629	73	9 561,573	27	35 563,202	100
2014	48 120,509	62	28 672,832	38	76 793,341	100

По данным табл. 3 установлено увеличение удельного веса оптового и розничного товарооборота на 26%.

Установлено, что фабрика «Олеся» работает достаточно эффективно и имеет потенциал для дальнейшего развития, сильно зависит от влияния сезонности на деятельность предприятий-заказчиков. Основными и наиболее важными направлениями деятельности предприятия являются удержание существующих покупателей и привлечение новых.

Сложившаяся ситуация в отрасли обработки стекла характеризуется значительными размерами рынка и невысокой вероятностью появления новых

крупных конкурентов. Однако, укрупнение и модернизация уже имеющихся фабрик-конкурентов возможна. В отрасли существует риск потери покупателей и переориентация покупателей на предложения конкурентов, т. к. продукция имеет стандартную технологию изготовления. Поэтому высокий вес в продукции имеет цена, качество и наличие дополнительных услуг (замеры, расчет проекта, доставка и установка).

Для дальнейшего исследования отобраны следующие предприятия-конкуренты, таблице 4.

Таблица 4

Перечень конкурентов в области обработки стекла г. Кирова

Наименование компании	Географическое расположение
ООО «Вятка Найди»	Ул. Лепсе, 12
ООО «Стекломир»	Ул. Производственная, 29
ИП Щенникова О.И.	Ул. Профсоюзная, 44
ИП Катаев О.И. «Центр стекла и зеркал»	Ул. Милицейская, 38-1
ООО Стекло	Ул. Попова, 61

Для дальнейшего исследования выбраны два конкурента – лидеры отрасли обработки стекла – ООО «Вятка Найди» и ООО «Стекломир». Анализ сильных и слабых сторон конкурентов представлен в таблицах 5,6,7.

Таблица 5

Оценка сильных и слабых сторон деятельности предприятия ООО «Вятка Найди»

ООО «Вятка Найди»	
Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Крупное предприятие, давно работающее на рынке мебели.</li> <li>– Большие производственные возможности, хороший уровень производства.</li> <li>– Нарботанная годами база клиентов, индивидуальный подход в ценах.</li> <li>– Удобство географического расположения, широкая сеть торговых точек по городу.</li> <li>– Хорошие сроки исполнения заказов, удобство доставки и дополнительных услуг.</li> <li>– Хорошая маркетинговая деятельность, высокая известность внутри города, постоянство работы.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Преобладание цены над качеством, так как основная деятельность предприятия направлена на изготовление мебели.</li> <li>– Нет возможности обрабатывать сложные индивидуальные заказы, работа по принципу унификации.</li> </ul>
«На чем можно сыграть»: на качественном исполнении изделий, индивидуальной работе с	

клиентами.  
 «Что подтянуть»: оптимизация производства, и деление частного и оптового производства, пересмотр ценовой политики в отношении постоянных клиентов, ориентация на цены лидеров отрасли.

Таблица 6

## Оценка сильных и слабых сторон деятельности предприятия ООО «Стекломир»

ООО «Стекломир»	
Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Своевременное исполнение заказов, тем самым хорошая репутация среди частных мебельщиков.</li> <li>– Широкий ассортимент.</li> <li>– Сеть торговых точек по городу, удобство принятия заказов.</li> <li>– Присутствие возможности ускорения заказов путем доплаты за срочность.</li> <li>– Бесплатная доставка клиенту.</li> <li>– Грамотная ценовая политика в отношении конкурентов.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Среднее качество точности и внешнего вида изделий.</li> <li>– Неудобное расположение цеховой зоны.</li> <li>– Отсутствие некоторой обработки стекла (гравировка, изготовление триплекс).</li> </ul>
<p>«На чем можно сыграть»: качество исполнения заказов, выполнение полной обработки изделий, выполнение сложных изделий          «Что подтянуть»: Организация доставки и качественных дополнительных услуг в виде установки, замеров и гарантийных условий.</p>	

Таблица 7

## Оценка сильных и слабых сторон деятельности фабрики интерьерного и строительного стекла «Олеся»

Фабрика интерьерного и строительного стекла «Олеся»	
Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Производственные мощности: современное производительное оборудование.</li> <li>– Наличие особенных видов обработки: алмазная гравировка.</li> <li>– Наличие наработанной оптовой базы клиентов по г. Кирову и ближайшим регионам.</li> <li>– Наличие прямых поставок исходной продукции (стекла).</li> <li>– Осведомленность клиентов о работе предприятия (давно на рынке).</li> <li>– Возможность работы с другими регионами, возможность отправки грузов.</li> <li>– Возможность работы в новых направлениях на базе обработки стекла: стеклянные конструкции, перегородки, двери.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Цены выше цен конкурентов.</li> <li>– Платные дополнительные услуги (замеры, установка, доставка заказов).</li> <li>– Удаленность от основных клиентов фирмы, удаленность от частных клиентов.</li> <li>– Направленность производства на оптовые поставки, как следствие увеличение сроков при частных заказах.</li> <li>– Испорченная репутация, связанная с задержкой сроков исполнения.</li> </ul>

Таким образом, установлены следующие конкурентные преимущества фабрики «Олеся»:

1. Стабильная работа с поставщиками стекла: качественное стекло является основой качества готовой продукции, а отлаженная работа по поставке каленого стекла, которое не обрабатывается в г. Кирове – гарантией производства.

2. Наличие современного оборудования, позволяющего производить любую обработку стекла, включая широкие цельностеклянные форматы.

3. Изготовление алмазной гравировки (единственный производитель в городе).

4. Качество производства, высокий уровень производительности, возможность совмещения изготовления крупных оптовых и розничных заказов.

На основе выявленных «сильных» сторонах деятельности фабрики «Олеся» установлены следующие направления по усилению конкурентных позиций работы предприятия:

1. Оптимизация технологического процесса путем разделения производственного процесса по направлениям оптовых заказов и индивидуальных заказов.

2. Разработка концепции ценовой политики по двум направлениям: индивидуальный подход к ценам и разработка постоянно действующих договорных прайсов.

3. Повышение репутации, путем создания выгодных коммерческих предложений, активизации рекламы, организации работы по осуществлению пробных заказов. Восстановление силы влияния в отрасли и повышение доли рынка.

4. Разработка четкой политики ценообразования по оптовому и розничному направлениям, повышение качества рекламной и управленческой деятельности.

На основе проведенного анализа предлагается использование стратегию временного невмешательства, восстановление сил для дальнейшей борьбы и укрепление своих позиций в отрасли. Отказ от активных действий по отноше-

нию к конкурентам позволит предприятию работать ритмично и постепенно увеличивать объемы продаж.

### ***Список литературы***

1. Юхнева Н.А. Развитие товарных рынков, оценка конкурентоспособности товара и покупательских предпочтений [Электронный ресурс]. учеб. пособие для самостоят. работы / Н.А. Юхнева, Е.А. Юхнева; ВятГУ, СЭФ, каф.ЭиП. – Киров: [б. и.], 2009

2. Юхнева Н.А. Организационно-экономическая характеристика и оценка конкурентного положения предприятий [Электронный ресурс]. учеб. пособие для самостоят. работы / Н.А. Юхнева, Е.А. Юхнева; ВятГУ, СЭФ, каф.ЭиП. – Киров: [б. и.], 2009.