

Маркин Евгений Сергеевич

магистрант

Ларионова Надежда Павловна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Государственный аграрный

университет Северного Зауралья»

г. Тюмень, Тюменская область

**ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ
ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНКА**

Аннотация: в работе рассматривается конкурентоспособность компании «Тюменьмолоко». Предлагаются приоритетные направления повышения конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность, молочная продукция, компания, приоритетные направления развития.

В условиях перехода России к открытой рыночной экономике, борьбы за потребителя на внутреннем и внешнем рынках требуется создание и производство действительно конкурентоспособных товаров. В этой связи возникает проблема поиска экономически рациональных уровней конкурентоспособности товаров и затрат на их достижение. Все это повышает роль управления в целенаправленном воздействии на качество, а через него – на конкурентоспособность продукции [2, с. 17].

На сегодняшний день российский рынок молочной продукции постоянно пополняется разнообразной продукцией как зарубежных, так и отечественных производителей. Не является исключением рынок Тюменской области. В настоящее время в Тюменской области действует большое количество молочных предприятий различных форм собственности, где одним из крупнейших является ООО «Тюменьмолоко».

ООО «Тюменьмолоко» осуществляет свою хозяйственную деятельность в целях максимального удовлетворения потребностей населения г. Тюмени и всей Тюменской области в молочной продукции [8].

В борьбе с сегодняшней конкуренцией выигрывает только тот, кто при любых условиях достигает безупречного качества. На предприятии ООО «Тюменьмолоко» никогда не отступают от этого правила. Не смотря на новые технологии, ускоряющие процесс изготовления продуктов, коллектив этого предприятия по-прежнему использует традиционные способы и только натуральные ингредиенты. Именно поэтому молочная продукция здесь необыкновенно вкусна и чрезвычайно полезна. На предприятии идет постоянный поиск новых идей по созданию новинок, что обеспечивает непрерывное обновление ассортимента и позволяет своевременно удовлетворить самые разные вкусы потребителей [7].

На основании утвержденной в ООО «Тюменьмолоко» маркетинговой стратегии, удастся достигать в своей деятельности неизменно высокого качества продукции, оптимизации ассортимента товаров с учетом требований рынка. Проводятся мероприятия направленные на совершенствование системы оптимизации товарного ассортимента как наиболее точно отвечающего рыночному позиционированию компании; повышения качества продукции, в том числе за счет постоянного повышения квалификации персонала, снижение затрат сырья на всех этапах транспортировки, хранения и переработки [7].

Рассмотрим состав и структуру ассортимента молочной продукции компании в таблице 1.

Таблица 1

Состав и структура ассортимента молочной продукции ООО «Тюменьмолоко»

Наименование продукции	Количество наименований	Удельный вес, %
Молоко питьевое	7	11,0
Кефир	8	12,5
Ряженка	2	3,12
Творог	15	23,4
Варенец	1	1,6
Напиток сывороточный	2	3,12

Сметана	9	14,06
Масло	7	11,0
Снежок	3	4,7
Бифилайф	1	1,6
Бифитон	1	1,6
Йогурт	4	6,0
Десерт «Першинское»	1	1,6
Сыр плавленый из творога	3	4,7
Итого	64	100

Из данной таблицы видно, что наибольшую долю в структуре товарной продукции занимает творог – 23,4%, сметана – 14,06%, кефир – 12,5%, молоко питьевое – 11%, а наименьшую долю занимает варенец, десерт «Першинское», бифитон, бифилайф – по 1,6%.

Ежегодно, ассортиментная линейка на предприятии обновляется. Ведется постоянная работа по улучшению вкусовых характеристик продукции. ООО «Тюменьмолоко» производит молоко, кефир, сметану, творог, десерты, йогурты, масло, сыры и т. д. [7].

Для оценки конкурентоспособности, молочной продукции компании «Тюменьмолоко», были проведены маркетинговые исследования, а именно опрос с составлением анкеты через компьютерную сеть [6]. В анкетировании приняло участие более 30 человек в возрасте от 18 до 70 лет. После проведения маркетинговых исследований и обработки данных были получены следующие результаты: покупатели употребляют молочные продукты каждый день, при этом предпочтение отдают традиционным продуктам – молоко, сметана, творог; при покупке потребителей привлекает внешний вид, цвет, вкус и запах продуктов, а также наличие упаковки.

Угроза появления новых конкурентов должна постоянно находиться в поле зрения руководства фирмы и устраняться в первостепенном порядке.

Рыночная власть покупателей ниже средней. Это связано с тем, что ООО «Тюменьмолоко» выполняет почти всю номенклатурную позицию услуг, которая уже существует в отрасли. Все остальные предприятия в совокупности

не производят 100% номенклатурную позицию. В связи с этим, при планировании ассортимента производимой продукции учитывается, насколько рентабельность отдельных видов будет влиять на рентабельность всей продукции. Поэтому важно сформировать структуру продукции так, чтобы в целом повысить эффективность производства и получить дополнительные возможности увеличения прибыли. Рассмотрим основные показатели продукции компании в таблице 2.

Таблица 2

Основные показатели деятельности ООО «Тюменьмолоко»

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	5258	4656	5054
Прибыль от продаж, тыс. руб.	729	370	696
Себестоимость продаж, тыс. руб.	2648	2245	2124
Уровень рентабельности продаж, %	14	8	15
Уровень рентабельности предприятия, %	6	7	8

Из таблицы видно, что показатели имеют тенденцию к увеличению. Уровень рентабельности продаж снижен в 2014 г., а в 2013 г. и в 2015 г. находится на одном уровне. Уровень рентабельности предприятия по основным видам продукции так же в 2014 г. ниже, чем в 2013 г. и 2015 г. Но так как полученная предприятием выручка покрывает не только все затраты на реализацию товара и его производство, но и приносит некоторую прибыль, предприятие считается рентабельным.

Уровень рентабельности компании «Тюменьмолоко» показывает эффективность деятельности предприятия, ведется постоянный контроль за его финансовым состоянием, а также правильно распланирована производственная деятельность предприятия. Все это способствует получению максимальной прибыли [1, с. 60].

Можно сделать следующие выводы, что для достижения целей стратегии по повышению конкурентных преимуществ ООО «Тюменьмолоко» использует: расширение клиентской базы; проводится тщательная договорная работа; высо-

кое качество обслуживания; расширение ассортимента; сохранение высокого качества продукции собственного производства. ООО «Тюменьмолоко» осуществляет свою хозяйственную деятельность в целях максимального удовлетворения потребностей населения г. Тюмени и всей Тюменской области в молочной продукции.

Проанализировав конкурентоспособность предприятия ООО «Тюменьмолоко», можно выделить следующие приоритетные направления [4, с. 52]:

1. Предприятие осваивает производство новых импортозамещающих видов продукции. Инвестиционный проект «Тюменские сыры» нацелен на импортозамещение, его реализация осуществляется в рамках государственной программы Тюменской области «Основные направления развития агропромышленного комплекса» на 2013–2020 годы. На сегодняшний день «Тюменьмолоко» уже производит «Российский», «Костромской», «Голландский» и «Пошехонский» сыры, а также сыры из козьего молока.

2. Компания обновляет оборудование, внедряет новые технологии и строит планы на дальнейшую модернизацию. Современное автоматизированное оборудование приобретено, в том числе, благодаря господдержке;

Компания «Тюменьмолоко» всегда готово радовать своих покупателей вкусными и полезными молочными продуктами!

Список литературы

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.Л. Челенков. – М.: Новости, 2014. – 250 с.

2. Горбашко Е.А. Управление качеством: учебник для бакалавров – М.: Юрайт, 2012. – 463 с.

3. Ларионова Н.П. Необходимость антикризисной поддержки в условиях меняющейся мировой экономики // Аграрный вестник Урала. – 2009. – №10. – С. 72–73.

4. Ларионова Н.П. Государственная поддержка сельскохозяйственного производства Тюменской области и эффективность использования бюджетных

средств. Экономика и менеджмент инновационных технологий. – М.: Международный научно-инновационный центр (ООО), 2016. – №3 (54). – С. 45–56.

5. Электронная отчетность и документооборот, обработка данных компанией ООО «СБИС ЭО» по Тюменской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sbis.format-it.net>

6. Электронная почта ООО «Тюменьмолоко» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: moloko@arsib.com

7. Тюменский городской портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.megatyumen.ru>

8. Информационное агентство «Покупаем Тюменское 2.0» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tyumenckoe.ru/manufacturers/company/11636>