DOI: 10.17117/na.2016.04.01.297

<http://ucom.ru/doc/na.2016.04.01.297.pdf>

Поступила (Received): 28.04.2016

Шамилева Э.Э., Фазылова Н.Н. Анализ качества и конкурентоспособности продукции ООО «Мегамилк»

Shamileva E.E., Fazylova N.N.
Analyzes of product quality and competitiveness of LLC "Megamilk"

В статье проведен анализ качества и конкурентоспособности продукции предприятия ООО «Мегамилк» по различным параметрам, на основании чего выявлены преимущества и недостатки показателей качества и конкурентоспособности продукции предприятия и рекомендованы мероприятия по повышению качества и конкурентоспособности продукции

Ключевые слова: качество, конкурентоспособность продукции, сортность, брак

Шамилева Эльвина Эскендеровна

Кандидат экономических наук, доцент
Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского
Крым, г. Симферополь, ул. Севастопольская, 21/4

Фазылова Недиме Недимовна

Студент
Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского
Крым, г. Симферополь, ул. Севастопольская, 21/4

The article analyzes the quality and competitiveness of the enterprise LLC "Megamilk" on various parameters, on the basis of which identified the advantages and disadvantages of quality indicators and competitiveness of enterprise, and recommended measures to improve product quality and competitiveness

Key words: quality, competitive products, grade, marriage

Shamileva Elvina Eskenderovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Crimean federal university named V.I. Vernadsky
Crimea, Simferopol, Sevastopolskaya st., 21/4

Fazylova Nedime Nedimovna

Student
Crimean federal university named V.I. Vernadsky
Crimea, Simferopol, Sevastopolskaya st., 21/4

Актуальность темы. Повышение качества и конкурентоспособности продукции является основной задачей предприятия, определяющей положение продукции на рынке и уровень ее конкурентоспособности. Выпуск конкурентоспособной продукции увеличивает рост объемов продаж, прибыли и рентабельности капитала, способствует повышению имиджа предприятия.

Цель исследования. Анализ качества и конкурентоспособности продукции ООО «Мегамилк» и разработка мероприятий по повышению качества и конкурентоспособности продукции.

Результат исследования. Уровень качества продукции на предприятии можно проанализировать, используя метод исследования отчетных данных по предприятию за 2013-2015гг. (табл. 1).

Таблица 1. Анализ качества продукции ООО «Мегамилк»

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.		Прирост, %	
			План	Факт	Факт/план	2015/2014
Выручка от реализации, тыс. руб.	2269,5	2920,2	3156,9	3267,5	103,5%	111,9
Расходы на брак и уценку, тыс. руб.	45,9	78,9	-	117,9	-	149,4
Доля бракованной продукции, %	2,02	2,7	-	3,6	-	0,9

Анализируя данные, представленные в табл. 1 отметим, что доля бракованной и уцененной продукции на предприятии с каждым годом увеличивается, что влечет за собой дополнительные издержки предприятия на брак и уценку. Причинами брака продукции по вине торгового предприятия могут быть: несоответствующие условия транспортировки, погрузки, разгрузки; хранения (недостаточное освещение, нарушение температурно-влажного режима на складе, недостаточная чистота и порядок) товаров, длительный срок хранения продуктов на складе.

Следующим этапом оценки качества продукции ООО «Мегамилк» является анализ сортности продукции (табл. 2).

Таблица 2. Анализ сортности продукции, 2015 г.

Сорт продукции	Цена за ед., руб.	Удельный вес, %	
		План	Факт
I	60,0	39,8	35,8
II	44,5	35,2	44,0
III	20,5	25,0	20,2

Анализируя результаты, представленные в табл. 2 отметим, что 44,0% реализованной продукции приходится на продукцию второго сорта, 35,8% – продукцию первого сорта и 20,2% – продукцию третьего сорта.

Поэтому, для предприятия необходимо увеличивать объемы продаж продукции первого сорта, что позволит значительно увеличить показатель качества и привлечь дополнительных покупателей.

Под конкурентоспособностью продукции подразумевается совокупность качественных и ценовых показателей продукции в сравнении с конкурентами.

Проанализируем цены продукции ООО «Мегамилк» в сравнении с ценами основных конкурентов (табл. 3).

Таким образом, предприятие ООО «Мегамилк» установило цену ниже среднего уровня в отрасли на молоко, масло, кефир, сыр и выше среднего уровня на сметану, ряженку и молочный жир.

Для более детального анализа уровня конкурентоспособности в отрасли рассмотрим наиболее весомые показатели, влияющие на конкурентоспособность продукции по данным экспертного анализа дизайн (29%); качество (32%); цена (29%); сроки поставки (10%).

Таблица 3. Средние цены основных поставщиков молочной продукции

Предприятия	Средняя цена поставщиков 1 ед. продукции, руб.							
	Молоко	Масло	Кефир	Ряженка	Творог	Сметана	Молочный жир	Сыр
ООО «Мегамилк»	36,2	44,5	35,4	19,8	-	45,5	88,0	150,9
ООО «Далимо»	38,4	43,3	29,9	22,3	-	-	-	180,9
ПАО «Крыммолоко»	33,5	39,9	31,0	18,8	45,4	40,8	-	-
ООО «Новатор»	36,0	29,8	37,0	21,0	-	-	62,0	134,9
ООО «Крым-экогрупп»	39,1	56,7	40,4	-	-	-	-	167,8
ООО «Агрин Форвард»	40,0	55,8	-	-	-	-	-	192,6
Средняя цена поставщиков в отрасли	36,6	45,0	35,6	19,7	40,05	40,7	75,0	154,2

Таблица 4. Расчет единичных показателей конкурентоспособности

Предприятия	Показатели				Индекс конкурентоспособности
	Дизайн	Качество	Цена	Срок поставки	
ООО «Мегамилк»	$8/(10 \times 0,29) = 2,76$	$7/(10 \times 0,32) = 2,18$	$6/(10 \times 0,29) = 2,068$	$8/(10 \times 0,1) = 8$	15,008
ООО «Далимо»	$7/(10 \times 0,29) = 2,41$	$6/(10 \times 0,32) = 1,87$	$5/(10 \times 0,29) = 1,72$	$6/(10 \times 0,1) = 6$	12,0
ПАО «Крыммолоко»	$8/(10 \times 0,29) = 2,76$	$5/(10 \times 0,32) = 1,56$	$9/(10 \times 0,29) = 3,1$	$5/(10 \times 0,1) = 5$	12,42
ООО «Крымский молочник»	$9/(10 \times 0,29) = 3,1$	$8/(10 \times 0,32) = 2,5$	$9/(10 \times 0,29) = 3,1$	$7/(10 \times 0,1) = 7$	15,7
ООО «Новатор»	$7/(10 \times 0,29) = 2,41$	$8/(10 \times 0,32) = 2,5$	$8/(10 \times 0,29) = 2,068$	$8/(10 \times 0,1) = 8$	15,66
ООО «Крым-экогрупп»	$6/(10 \times 0,29) = 2,068$	$6/(10 \times 0,32) = 1,87$	$4/(10 \times 0,29) = 1,38$	$8/(10 \times 0,1) = 8$	13,318
ООО «Агрин Форвард»	$7/(10 \times 0,29) = 2,41$	$8/(10 \times 0,32) = 2,5$	$4/(10 \times 0,29) = 1,38$	$9/(10 \times 0,1) = 9$	15,29

Вывод. Анализируя результаты, представленные в табл. 5 отметим, что наиболее конкурентоспособной является продукция ООО «Крымский молочник», на втором месте – ООО «Новатор» и на третьем – ООО «Агрин Форвард». ООО «Мегамилк» занимает 4-е место по показателям конкурентоспособности реализуемой продукции. По параметрам цены и качества предприятие имеет уровень конкурентоспособности продукции ниже, нежели по показателям дизайна и срокам поставки среди крупнейших поставщиков молочной промышленности в регионе.

Относительно уровня конкурентоспособности продукции можно заметить, что продукция конкурентоспособна в условиях рыночной экономики.

Для предприятия рекомендуются следующие направления повышения качества и конкурентоспособности продукции [2, с.361-363; 3, с.85]:

- снижение уровня брака продукции на предприятии;
- повышение уровня реализации продукции первого сорта;
- внедрение рекламной политики на предприятии с целью информирования покупателей о свойствах и параметрах продукции;
- привлечение покупателей при помощи системы скидок;
- снижение цен на продукцию.

Внедрение предложенных мероприятий позволит повысить уровень объема реализации продукции предприятия до 20% и, соответственно, значительно повысить уровень конкурентоспособности продукции в отрасли.

Список используемых источников:

1. Бексултанова А.И. Проблемы повышения конкурентоспособности предприятия // Молодой ученый, 2015. №21. С. 361-363.
2. Габиева М.Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия // Актуальные вопросы экономики и управления. М.: Буки-Веди, 2015. С. 85.

© 2016, Шамилева Э.Э., Фазылова Н.Н.
Анализ качества и конкурентоспособности
продукции ООО «Мегамилк»

© 2016, Shamileva E.E., Fazylova N.N.
Analyzes of product quality and competitiveness of
LLC "Megamilk"