

УДК 339.137.2

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО

«ЦАРЬ ХЛЕБ»

Батракова О.А.

Старший преподаватель

Севастопольский государственный университет

Севастополь, Россия

Порицкая Ю.О.

магистрант

Севастопольский государственный университет

Севастополь, Россия

Аннотация

В статье рассмотрена актуальность обеспечения конкурентоспособности предприятия хлебопекарной отрасли, представлены основные условия повышения конкурентоспособности хлебопекарного предприятия. Представлены основные индикаторы, характеризующие конкурентоспособность предприятия. Дана оценка состоянию хлебопекарной отрасли в Российской Федерации и ее основные тенденции на протяжении последних лет, проведен анализ конкурентоспособности хлебопекарного предприятия ООО «Царь Хлеб» методами количественного и качественного анализа.

Ключевые слова: конкурентоспособность, тенденции отрасли, методы анализа конкурентоспособности, доля рынка, операционная эффективность, стратегическое позиционирование.

***ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF THE COMPANY " TSAR
KHLEB»***

Batrakova O.A.

Senior lecturer

Sevastopol state University

Sevastopol, Russia

Poritskaya Yu. O.

master's degree

Sevastopol state University

Sevastopol, Russia

Annotation

The article considers the relevance of ensuring the competitiveness of the bakery industry, presents the main conditions for increasing the competitiveness of the bakery enterprise. The main indicators that characterize the competitiveness of the enterprise are presented. The assessment of the state of the baking industry in the Russian Federation and its main trends over the past years, the analysis of the competitiveness of the bakery enterprise "Tsar Khleb" LLC by methods of quantitative and qualitative analysis

Keywords: competitiveness, industry trends, methods of analyzing competitiveness, market share, operational efficiency, strategic positioning

Обеспечение конкурентоспособности в современных динамично развивающихся экономических условиях является одной из ключевых задач каждого предприятия, в том числе и предприятий хлебопекарной отрасли.

Актуальность обеспечения конкурентоспособности обусловлена тем, что в последние годы объем реализации хлебобулочной продукции постоянно снижается, при этом на рынке наблюдается жесткая конкуренция, поскольку функционирует больше число как крупных предприятия, так и мини-пекарен.

Необходимость обеспечения конкурентоспособности предприятия хлебопекарной отрасли накладывает на процесс управления такие требования, как экономичность и рациональность принимаемых решений, обеспечение результативности выбранной стратегии с наименьшими затратами материальных и финансовых ресурсов, расширение и укрепление позиций на рынке функционирования [3].

Достижение данных целей возможно только при условии совершенствования технологических процессов и технологии производства продукции хлебопекарной отрасли; разработки новых ассортиментных групп продукции, удовлетворяющих потребности и предпочтения покупателей; совершенствование организационно-экономических характеристик управления [3].

По мнению Воронова Д.С. и Криворотова В.В. оценка конкурентоспособности предприятия осуществляется на основе результатов конкурентного анализа, который включает в себя анализ состояния отрасли, величины отраслевого рынка и темпов его роста, основных потребителей, количество конкурентов и их относительные размеры, результативность деятельности самого предприятия, ключевые факторы успеха, перспективы отрасли и т.д., что позволит получить представление о внешней среде предприятия [2].

Основными тенденциями в хлебопекарной отрасли являются постоянное снижение объема производства и реализации продукции, увеличение потребления нестандартных видов хлебобулочных изделий, рост

цен на сырье и снижение рентабельности предприятий хлебопекарной отрасли [1].

Так, если в 2013 году потребление хлебобулочных изделий составляло 47,6 кг/чел., то к 2019 году этот показатель сократился до 38,7 кг/чел. Причинами снижения потребления традиционных видов хлеба являются постоянный рост цен на хлеб, изменение реальных доходов населения, однако наибольшее влияние на динамику потребления хлеба оказывает изменение в потребительских предпочтениях [4].



Рис. 1 – Динамика потребления хлеба на душу населения в России в 2013-2019 годах [4]

В отрасли на протяжении последних лет наблюдается спад производства продукции недлительного хранения. В 2019 году в России было произведено 5646684,2 тонн хлебобулочных изделий недлительного хранения, что на -2,3% меньше объема производства предыдущего года [6].

Причинами сокращения объемов реализации хлебобулочной продукции как в целом по России, так и в Республике Крым, являются

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

снижение уровня жизни населения и стремление к здоровому образу жизни, что предусматривает отказ от хлебобулочных изделий.

Так, согласно данным Крымстата, среднедушевой доход в Крыму в первом квартале 2019 года составил 17599 рублей, и сократился по сравнению с аналогичным периодом 2018 года на 1%. В то же время потребительские расходы в среднем на душу населения в первом квартале 2019 года составили 15313 рублей и увеличились по сравнению с 1 кварталом 2018 года на 9,5%. Это обуславливает стремление потребителя к экономии расходов и приобретению более дешевых массовых сортов хлеба. Учитывая такое поведение потребителя, крупные хлебозаводы ищут пути сокращения издержек, что, как правило, приводит к ухудшению качества продуктов. В условиях необходимости снижения материальных расходов, роста цен на энергетические ресурсы, новое оборудование и транспортную логистику, рентабельность хлебопекарных предприятий постоянно снижается и составляет от 1 до 5%.

При этом в отрасли наблюдается жесткая конкуренция. По данным Российской гильдии пекарей и кондитеров, в России функционирует 694 крупных хлебопекарных предприятия, в последние годы наблюдается постоянное сокращение крупных предприятий и увеличение количества мини-пекарен, малых и средних предприятий хлебопекарной отрасли. По данным Российской гильдии пекарей и кондитеров доля крупных предприятий постоянно снижается с 58% в 2014 году до 55% в 2018 году. Небольшие хлебопекарни представляют серьезную конкуренцию крупным индустриальным предприятиям, поскольку обладают большей гибкостью и имеют возможность быстрее приспосабливаться к изменениям вкусов и предпочтениям потребителей [6].

На протяжении последних лет наблюдается постоянный рост цен на муку вследствие увеличения мировых цен на зерно. С учетом того, что курс

рубля нестабилен и имеет тенденцию к росту, на рынке зерна наблюдается дефицит, поскольку производители зерна стремятся реализовать как можно больший объем его на мировом рынке с целью получить больше прибыли.

Как итог, хлебопекарные предприятия оказались в сложном экономическом положении. Вынужденное сдерживание цен на хлеб и хлебобулочные изделия, хотя и является следствием государственной политики, однако никак не компенсируется государственной властью, что приводит к тому, что все убытки ложатся на хлебопекарные предприятия.

ООО «Царь-Хлеб» является одним из старейших хлебопекарных предприятий города Севастополя. Предметом деятельности предприятия является производство продуктов мукомольной и крупяной промышленности, предоставление соответствующих услуг в этих областях. История предприятия берёт своё начало с 14 ноября 1930 года. В 2003 году предприятие сменило наименование на нынешнее – дочернее предприятие «Царь хлеб» ООО «Хлебные инвестиции» или торговая марка «Царь-Хлеб».

На сегодняшний день предприятие работает в условиях жесткой конкуренции. Среди крупных конкурентов ООО «Царь-Хлеб» по таким видам продукции, как хлебобулочные и кондитерские изделия, можно отметить таких как, ГУП «Крымхлеб», сеть пекарен «Дольче», пекарня «Ваниль», Симферопольская кондитерская фабрика, ООО «Хлебушек», ООО «Вкуснопечь», ООО «Астория ВМ», кондитерская сеть «Сладкий дворик», сеть кондитерских «Медоборы».

В Республике Крым также активно развиваются частные минипекарни. Темпы развития таких пекарен настолько динамичны, что крупные производители хлебобулочных изделий вынуждены уступать им долю рынка. Потребители все больше переходят на употребление продукции минипекарен, поскольку вкусовые качества и виды продукции таких предприятий

соответствуют меняющимся вкусам и предпочтениям потребителей. Небольшие пекарни быстрее подстраиваются под изменяющиеся вкусы покупателей и быстро изменяют свой ассортимент, что недоступно для крупного производства.

Высокая конкурентоспособность минипекарен обеспечивается еще и тем, что крупные хлебозаводы, с целью обеспечения больших объемов производства, вынуждены использовать ускоренные технологии производства, в то время как небольшие пекарни при выпечке своей продукции не используют дрожжей. Их технология основана на натуральной закваске.

Указанные факторы обеспечивают небольшим пекарням конкурентные преимущества, и позволяют им быстрее и мобильнее реагировать на ситуацию на рынке хлебобулочных изделий.

Одним из наиболее информативных показателей конкурентоспособности предприятия является занимаемая доля рынка. По данным Росстата, в 2017 году на рынке Республики Крым было реализовано хлеба и хлебобулочной продукции на сумму 3631,2 млн.руб., в 2018 году - 3962,9 млн. руб. [5].

В 2017 году ООО «Царь Хлеб» было реализовано хлебобулочной продукции на сумму 0,97 млн.руб., в 2018 году – 1,07 млн.руб.

Доля рынка хлебобулочной продукции ООО «Царь Хлеб» в 2017 году составила:

$$D_p(2017) = \frac{0,97 \text{ млн. руб.}}{3631,2 \text{ млн. руб.}} * 100\% = 0,027\%$$

Доля рынка хлебобулочной продукции ООО «Царь Хлеб» в 2018 году составила:

$$D_p(2018) = \frac{1,07 \text{ млн. руб.}}{3962,9 \text{ млн. руб.}} * 100\% = 0,027\%$$

Таким образом, доля рынка ООО «Царь Хлеб» на рынке хлебобулочной продукции Республики Крым незначительна.

Для сравнения дадим оценку доли рынка ГУП «Крымхлеб» на рынке хлебобулочной продукции Республики Крым.

В 2017 году ГУП «Крымхлеб» было реализовано хлебобулочной продукции на сумму 1,87 млн.руб., в 2018 году – 1,98 млн.руб.

Доля рынка хлебобулочной продукции ГУП «Крымхлеб» в 2017 году составила:

$$D_p(2017) = \frac{1,87 \text{ млн. руб.}}{3631,2 \text{ млн. руб.}} * 100\% = 0,051\%$$

Доля рынка хлебобулочной продукции ГУП «Крымхлеб» в 2018 году составила:

$$D_p(2018) = \frac{1,98 \text{ млн. руб.}}{3962,9 \text{ млн. руб.}} * 100\% = 0,049\%$$

Как показал проведенный анализ, и в 2017 году, и в 2018 году доля рынка ООО «Царь Хлеб» ниже доли рынка ГУП «Крымхлеб», что говорит о ООО «Царь Хлеб» проигрывает в конкурентной борьбе на рынке хлебобулочной продукции Республики Крым.

Дадим оценку конкурентоспособности ООО «Царь Хлеб» по ряду других показателей.

Рассчитаем коэффициент операционной эффективности предприятий как отношение операционной эффективности исследуемого предприятия и

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

основного конкуренты. Для этого рассчитаем операционную эффективность предприятий как отношение выручки к затратам (таблица 1).

Таблица 1 – Расчет коэффициента операционной эффективности

Показатель	ООО "Царь Хлеб"		ГУП "Крымхлеб"	
	2017г.	2018г.	2017г.	2018г.
Выручка, тыс.руб.	971685	1074076	1866027	1979563
Затраты, тыс.руб.	626677	709108	1247135	1319347
Операционная эффективность	1,55	1,51	1,50	1,50
Коэффициент операционной эффективности	1,04	1,01	-	-

Показатель операционной эффективности в 2018 году сократился по сравнению с 2017 годом, что говорит о снижении эффективности производственной деятельности ООО «Царь Хлеб».

Анализ стратегического позиционирования проведем посредством изучения изменения доли рынка в сравнении с предшествующим периодом.

Коэффициент стратегического позиционирования рассчитывается по формуле:

$$K_{сп} = \sqrt{\frac{Tr_1}{Tr_0}}, \quad (1)$$

где Tr_1 – темп роста объема реализации исследуемого предприятия;

Tr_0 – темп роста объема реализации базового предприятия.

Результаты расчета представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Расчет коэффициента стратегического позиционирования

Показатель	ООО "Царь Хлеб"			ГУП "Крымхлеб"		
	2016г.	2017г.	2018г.	2016г.	2017г.	2018г.
Выручка, тыс.руб.	925354	971685	1074076	1726976	1866027	1979563

Темп роста доли рынка	-	1,05	1,11	-	1,08	1,06
Коэффициент стратегического позиционирования	-	0,99	1,02	-	-	-

Тогда коэффициент конкурентоспособности для ООО «Царь Хлеб» будет равен:

$$K(2017) = 1,04 * 0,99 = 1,0296$$

$$K(2018) = 1,01 * 1,02 = 1,0302$$

Проведенные расчеты говорят о том, что уровень конкурентоспособности ООО «Царь Хлеб» в динамике незначительно увеличивается, что говорит о росте результативности выбранной стратегии развития предприятия.

Важное значение также имеет качественная оценка конкурентоспособности продукции предприятия. Качественная оценка проводится посредством опроса потребителей применяя пятибалльную шкалу оценки. Опрос проводился в пяти торговых точках, где реализуется его продукция.

Результаты качественной оценки представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Качественная оценка продукции ООО «Царь Хлеб»

описание фактора	Вес, %	Результаты опроса потребителей					средняя оценка	Оценка с учетом веса
		1	2	3	4	5		
Качество продукции	20%	4	4	3	5	3	3,8	0,76
Вкус продукции	10%	5	4	4	5	4	4,4	0,44
Аромат продукции	20%	4	5	5	4	4	4,4	0,88

Пористость	10%	3	3	3	2	3	2,8	0,28
Широта ассортимента	10%	4	3	4	4	3	3,6	0,36
Упаковка	15%	3	4	4	3	3	3,4	0,51
Цена	10%	2	3	3	3	2	2,6	0,26
Развитость точек продаж	5%	5	4	5	4	4	4,4	0,22
Итого:	100%							3,71

Как показал качественный анализ продукции, индекс удовлетворенности потребителей составляет 3,71 из 5 баллов, что говорит о высокой степени удовлетворенности потребителей продукцией предприятия и его конкурентоспособности.

Таким образом, проведенный анализ конкурентоспособности ООО «Царь Хлеб» показал, что несмотря на то, что предприятие функционирует в нестабильной внешней среде и в отрасли, где наблюдаются негативные тенденции падения объемов реализации, роста цен на сырье и невозможности значительного повышения цен на продукцию, объемы реализации предприятия в динамике постоянно увеличиваются.

Предприятие занимает меньшую долю по сравнению с основным конкурентом ГУП «Крымхлеб» на рынке хлебобулочной продукции Республики Крым, однако его уровень конкурентоспособности достаточно высок, а качественный анализ говорит о востребованности продукции среди потребителей.

Библиографический список:

1. Батынова А.А., Макарова Л.В., Тарасов Р.В. Обеспечение конкурентоспособности предприятия пищевой индустрии на примере предприятий по производству хлебобулочных изделий // Современные научные исследования и инновации. 2014. № 10. Ч. 2 [Электронный ресурс].

Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2014/10/39572> (дата обращения: 02.05.2020)

2. Воронов Д.С., Криворотов В.В. Методика повышения конкурентоспособности предприятия // Проблемы развития территорий. 2017. №5(91) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-povysheniya-konkurentosposobnosti-predpriyatiya/viewer>

3. Самойлов В.М., Самойлов П.В. Конкурентоспособность предприятий хлебопекарной промышленности // Проблемы региональной экономики. 2016. - №9 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lerc.ru/?part=bulletin&art=9&page=35> (Дата обращения 02.05.2020)

4. Потребление продуктов питания в домашних хозяйствах // Росстат. Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140095125312

5. Республика Крым в цифрах 2018 // Крымстат. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://crimea.gks.ru/storage/mediabank/Крым%20в%20цифраx.2018\(сайт\)%20посл.версия.pdf](https://crimea.gks.ru/storage/mediabank/Крым%20в%20цифраx.2018(сайт)%20посл.версия.pdf)

6. Рейтинг предприятий индустриального хлебопечения // РОСПиК. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.breadbusiness.ru/press/rospik/rejting-predpriyatij-industrialnogo-xleb.html>

7. Финансовая отчетность ГУП «Крымхлеб» // Аудит.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/9102064539_gosudarstvennoe-unitarnoe-predpriyatie-respubliki-krym-krymkhleб

Оригинальность 75%