

ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРАТ «КИЇВМЛІН»

Конкурентоспроможність підприємства і його продукції є важливими показниками на будь-якому ринку. Існує багато методик, з допомогою яких можна визначити конкурентоспроможність фірми. Скористаємося методикою Ж.Ж.Ламбена, яка ґрунтується на визначенні конкурентних переваг. За Ж.Ж.Ламбеном, конкурентна перевага може бути зовнішньою і внутрішньою. Зовнішні переваги базуються на відрізняючих якостях товару, які мають цінність для покупця або за рахунок зменшення витрат, або підвищення ефективності. Внутрішні базуються на перевагах фірми за витратами виробництва і прибутку, використанні фінансових і матеріальних ресурсів, управлінні виробництвом, товаром і фірмою взагалі [2, с.195].

Матриця, яка дозволяє визначити позиції підприємства у співставленні з конкурентами, має чотири квадранти. Показниками, які утворюють матрицю, є співвідношення повних витрат досліджуваного підприємства і пріоритетного конкурента (вертикальна ось) та співвідношення ціни досліджуваного підприємства і пріоритетного конкурента (горизонтальна ось). Бісектриса розділяє привабливу і непривабливу позиції.

Всього існує чотири конкурентні позиції [1, с.370]. Найбільш негативна позиція знаходиться у лівому верхньому квадранті (№1) – так звана «провальна зона», найбільш позитивна – в нижньому правому квадранті (№3) - так звана «ідеальна зона». В лівий нижній квадрант (№4) потрапляють господарські підрозділи, які мають переваги за витратами, в правий верхній (№2) – за ціною.

Розглянемо методику визначення конкурентоспроможності на прикладі ПРАТ «Київ млин».

ПРАТ «Київ млин» є одним з лідерів борошномельного виробництва, яке забезпечує більшу частину хлібо заводів та хлібопекарських компаній. До складу підприємства входить 4 млина та 2 елеваторні лінії. Денна потужність переробки сировини одним млином складає 150 тонн жита та 50 тонн пшениці. Підприємство реалізує 7 видів продукції, а саме: крупа манна, борошно в/г, борошно 1/г, борошно 2/г, борошно житнє обдирне, борошно житнє обойне, борошно житнє сіяне.

Для побудови матриці необхідно знати склад господарського портфеля фірми. Господарський портфель ПРАТ «Київ млин» містить 7 стратегічних господарських підрозділів (СГП). Також треба визначити конкурентів підприємства. Серед конкурентів ПРАТ «Київ млин» можна виділити ПП «Дніпро млин» (за СГП «Борошно в/г», «Борошно 1/г», «Борошно житнє обдирне») та ПП «Біла церква» (за СГП «Крупа манна», «Борошно 2/г», «Борошно житнє обойне», «Борошно житнє сіяне»).

Щоб побудувати матрицю, необхідно знайти співвідношення витрат досліджуваного підприємства і пріоритетного конкурента за СГП, а також співвідношення ціни СГП досліджуваного підприємства і пріоритетного конкурента.

Побудувавши матрицю можна відзначити, що до квадранту №1 («провальна зона») потрапило СГП «Борошно житнє сіяне». Розрахунки показали, що цей вид продукції має ціну нижчу в порівнянні з ПП «Біла церква» на 10%, повні витрати вищі в порівнянні з пріоритетним конкурентом на 10%, тож прибуток менший у порівнянні з конкурентом на 20%. Для цього СГП рекомендується стратегія елімінування.

До квадранту №2 потрапило два СГП – «Крупа манна» (зона збиткової стратегії) та «Борошно 2/г» (зона стратегії за якістю). Для СГП «Крупа манна» основними напрямками підвищення конкурентоспроможності може бути зниження витрат на виробництво і реалізацію та удосконалення цінової

політики. Для СГП «Борошно 2/г», яке зайняло гарну позицію за якістю, рекомендується стратегія збереження досягнутого становища.

До квадранту №3 увійшли 2 СГП – «Борошно в/г» та «Борошно житнє обдирне». Це найкраща позиція – переваги за витратами та якістю. Для СГП «Борошно в/г» ціна ПРАТ «Київ млин» вища в порівнянні з конкурентом ПП «Дніпро млин» на 10%, повні витрати нижчі на 10%, тому прибуток у досліджуваного підприємства більше на 20%. Цей вид продукції має найбільші обсяги виробництва на підприємстві та досить високу якість, яка неодноразово підтверджувалася на виставках та ярмарках. Для СГП «Борошно житнє обдирне» ціна ПРАТ «Київ млин» вища в порівнянні з конкурентом ПП «Дніпро млин» на 15%, повні витрати нижчі на 5%, тож прибуток ПРАТ «Київ млин» вищий у порівнянні з конкурентом також на 20%. Підприємству слід і далі впроваджувати заходи щодо зменшення витрат на виробництво продукції і покращення її якості.

Четвертий квадрант містить два СГП – «Борошно житнє обойне» (збиткова стратегія) та «Борошно 1/г» (стратегія по витратах). Борошно житнє обойне у порівнянні з конкурентом має вищі витрати на виробництво, тому підприємству для цього виду продукції рекомендується шукати шляхи зменшення витрат. Це може бути і зміна постачальника сировини, і впровадження нового технологічного обладнання тощо. А от у СГП «Борошно 1/г» у порівнянні з конкурентом нижчі і ціна, і витрати, тому вищий прибуток. Така позиція є привабливою для підприємства і її слід утримувати.

Таким чином, розглянута методика дозволила проаналізувати конкурентоспроможність ПРАТ «Київ млин» на ринку.

Література

1. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст]: учеб. / Ж.-Ж. Ламбен; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2008. – 800 с.
2. Шевченко Л. С. Введение в маркетинг [Текст]: учеб.- практ. пособ. / Л.С. Шевченко. – Х.: Консум, 2000. – 671 с.

Слободенюк Р.С., Белова Т.Г.

**ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЧАО
«КИЕВМЛЫН»**

Slobodenyuk R., Belova T.G.

COMPETITIVENESS OF PRAT "KYIVMLYN"

Дата публікації: 2012 р.

Закордонне видання: Матеріали за VIII міжнародна научна практична конференція «Ключові питання в сучасній науці-2012» Том 4. Економіки- Софія «Бял ГРАД –БГ» ООД, 2012.- с.11-12.)

