

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОАО «АГРОКОМБИНАТ «ЮБИЛЕЙНЫЙ»

В.А. ТАРАСОВА, С.И. АРТЁМЕНКО

Practical significance of the research is that in the conditions of increased competition in the market of meat products tactical and strategic activities in the field of competitiveness of OJSC "Agrocomplex "Anniversary" will allow to retain market positions, while providing the appropriate amount of income

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, сбытовая и коммуникационная политика

В ходе исследования изучены известные на сегодняшний день в экономической литературе подходы к сущности конкурентоспособности предприятий, на основе чего синтезирован уникальный подход к определению сущности конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. Выявлено, что повышение уровня конкурентоспособности предприятий любой формы собственности, оптимизация их функционирования и элементарное выживание в рыночной среде – фундаментальная проблема современной экономики.

Целью работы является изучение конкурентоспособности предприятия в условиях сложившихся рыночных отношений и разработка мероприятия по повышению его конкурентоспособности.

Нами было проведено исследование внутренней среды и выяснено, что предприятие ОАО «Агрокомбинат «Юбилейный» имеет свиноводческий комплекс. Для содержания свиней на свиноводческом комплексе ОАО «Агрокомбинат «Юбилейный» имеется 27 тысяч скотомест. На предприятии функционирует мясоперерабатывающий цех, который включает в себя убойный цех мощностью 110 голов в сутки и копильный цех мощностью 4 тонны готовой продукции. Прибыль по предприятию по сравнению с 2010 годом увеличилась в 2012 году на – 38270 млн. руб. Рентабельность по хозяйству составила 12,2 %. По сравнению с 2010 годом она увеличилась на 4,2. п.п.

С целью выявления конкурентных преимуществ предприятия была проведена оценка конкурентоспособности предприятия на региональном рынке с помощью различных методов, которая показала, что предприятие конкурентоспособно.

Для повышения конкурентоспособности предприятия был разработан бизнес-план по внедрению новой технологической линии по производству колбасы «Печеночной», которая позволит предприятию увеличить объем продаж и получить дополнительную прибыль.

Общая стоимость инвестиционных затрат составит 152,4 млн. руб. и включает в себя разработку проекта, расходы по транспортировке, строительно-монтажные работы, приобретение и монтаж оборудования.

Финансирование предполагается за счет привлечение кредитных ресурсов.

Горизонт рассмотрения проекта составляет 5 лет. В пределах рассматриваемого горизонта проекта характеризуется следующими показателями: простой срок окупаемости инвестиционных затрат – 3 года 3 месяца; дисконтированный срок окупаемости – 3 года 4 месяца; ставка кредитования – 36 %.

Для продвижения нового продукта на рынок было предложено использовать товарную рекламу, реклама в интернете и радио.

Таким образом, проведенный анализ по выявлению конкурентных преимуществ анализируемого предприятия и предложения по повышению конкурентоспособности предприятия позволят сделать вывод, что анализируемое предприятие может эффективно функционировать на рынке.

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО «КРАСНЫЙ ПИЩЕВИК»

Е.С. ТИМОШЕНКО, С.В. ЕРМОЛЕНКО

The article gives the author developed a program of market research on the example of OJSC "Krasny pischevik", which will allow the organization to refocus the marketing strategy of the company to better meet the needs of consumers

Ключевые слова: маркетинговое исследование, кондитерская отрасль, программа маркетингового исследования, анкета

В условиях рыночного хозяйствования для успешной работы всех субъектов особое значение приобретают глубокие знания рынка и способность умело применять инструменты воздействия на складывающуюся на нем ситуацию.

В настоящее время большинство компаний в той или иной форме регулярно осуществляют маркетинговые исследования. Маркетинговое исследование можно осуществить собственными силами либо с помощью специализированных компаний.