

ТЕМА ДИПЛОМА: «Качество как средство повышения конкурентоспособности отечественных товаров»»

Студентки гр.12ТЭО-43

Молоковой Т.В.

Руководитель: Никифорова А.Н.

ЦЕЛЬ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ - рассмотрение качества как средства управления конкурентоспособностью предприятия.

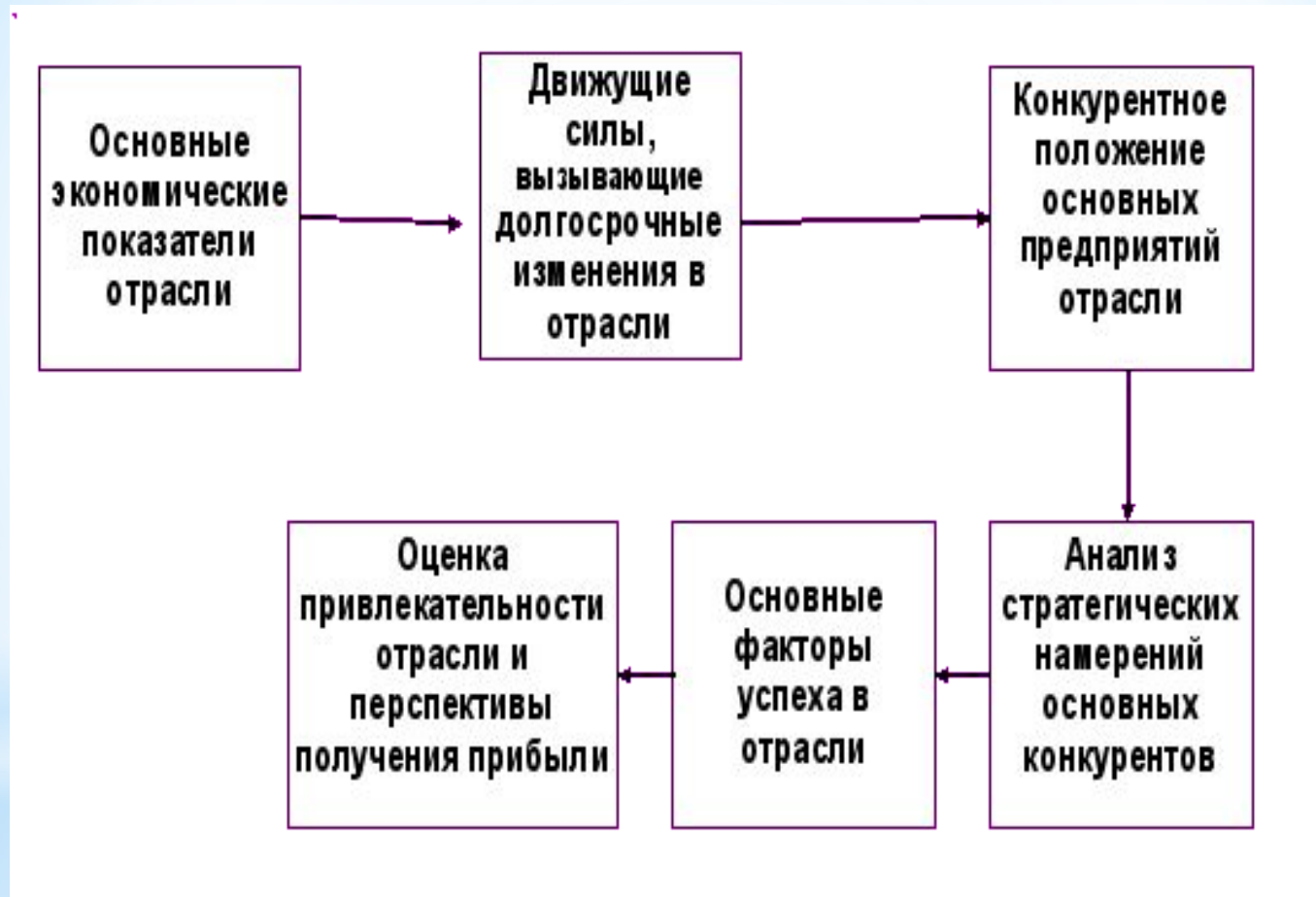
ЗАДАЧИ РАБОТЫ:

- рассмотрение конкурентоспособности товаров и факторов её определяющие и методы определения конкурентоспособности;
- исследование товароведческой экспертизы как средства управления качеством;
- анализ конкурентоспособности ОАО «Молком»;
- проведение товароведческой экспертизы продукции ОАО «Молком».

Предмет исследования - система экономических отношений, складывающихся в процессе управления конкурентоспособностью отечественной продукции.

Объект исследования - ОАО «Молком».

Последовательность и содержание этапов анализа конкуренции в отрасли



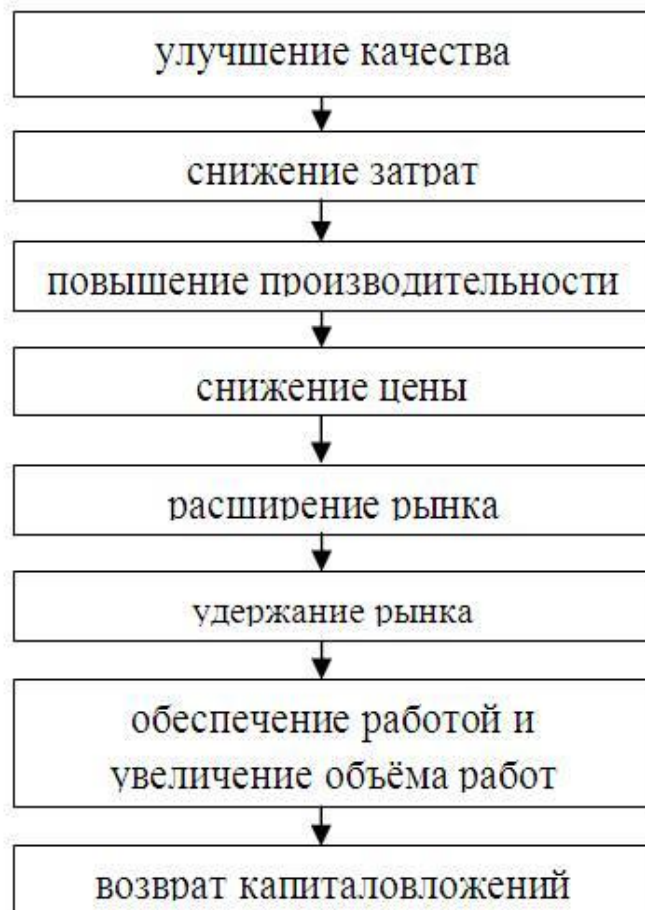
5 сил конкуренции Портера



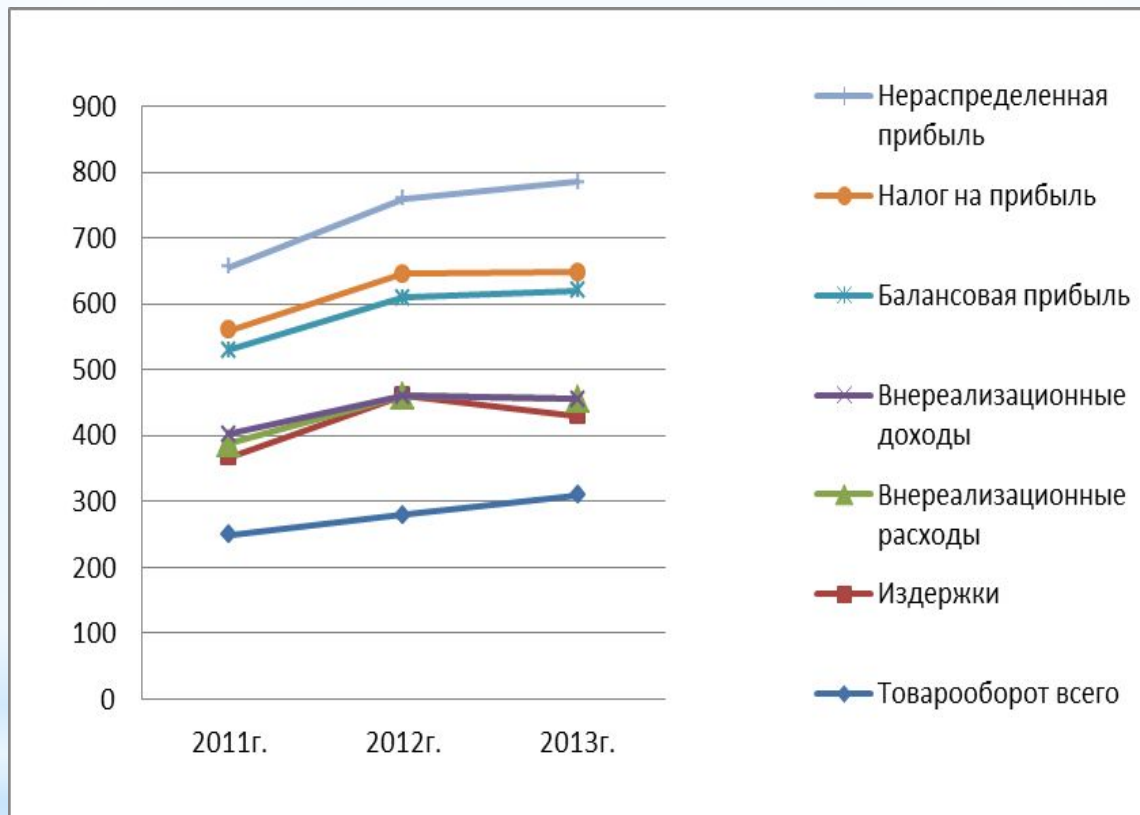
Методы оценки конкурентоспособности фирмы

Наименование метода	Краткая характеристика, метод расчета	Преимущества и недостатки
Матричные методы	<p>сущность оценивания состоит в анализе матрицы, построенной по принципу системы координат: по горизонтали — темпы роста (сокращения) объема продаж; по вертикали — относительная доля предприятия на рынке. Наиболее конкурентоспособными считаются те предприятия, которые занимают значительную долю на быстрорастущем рынке.</p>	<p>Преимущества: позволяет обеспечить высокую адекватность оценки.</p> <p>Недостатки: исключает проведение анализа причин происходящего и осложняет выработку управленческих решений, а также требует наличия достоверной маркетинговой информации.</p>
Методы, основанные на оценивании конкурентоспособности товара или услуги предприятия	<p>базируется на суждении о том, что конкурентоспособность предприятия тем выше, чем выше конкурентоспособность его товара/услуги. Для определения конкурентоспособности товара используются различные маркетинговые и квалиметрические методы, в основе большинства которых лежит нахождение соотношения цена — качество. Расчет показателя конкурентоспособности по каждому виду продукции ведется с использованием экономического и параметрического индексов конкурентоспособности</p>	<p>Преимущества: учитывает одну из наиболее важных составляющих конкурентоспособности предприятия — конкурентоспособность его товара/услуги.</p> <p>Недостатки: позволяет получить весьма ограниченное представление о преимуществах и недостатках в работе фирмы.</p>
Методы, основанные на теории эффективной конкуренции	<p>Наиболее конкурентоспособными являются те фирмы, где наилучшим образом организована работа всех подразделений и служб. Оценка эффективности работы каждого из подразделений предполагает оценку эффективности использования им этих ресурсов. Каждая из сформулированных в ходе предварительного анализа способностей предприятия по достижению конкурентных преимуществ оценивается экспертами с точки зрения имеющихся ресурсов</p>	<p>Преимущества: учет разносторонних аспектов деятельности предприятия.</p> <p>Недостаток: основу подхода составляет идея о том, что показатель конкурентоспособности предприятия может быть определен путем элементарного суммирования способностей фирмы к достижению конкурентных преимуществ.</p>

Взаимосвязь качества и конкурентоспособности продукции



Основные показатели деятельности ОАО «Молком»



Анализ объема производства и продажи продукции ОАО «Молком»

Категория товара	2013 год, млн.руб.		2014 год, млн.руб.		Отклонение, млн.руб.		Темп изменения, %	
	производство	продажа	производство	продажа	производство	продажа	Производство	продажа
Молоко	129	125	145	132	16	7	112,40	105,60
Кисломолочные продукты	28	30	45	43	17	13	160,71	143,33
Йогурт	20	22	30	28	10	6	150,00	127,27
Сметана, сливки	25	20	19	22	-6	2	76,00	110,00
Творог	15	17	18	20	3	3	120,00	117,65
Сыр, масло	18	15	15	16	-3	1	83,33	106,67
Молочные напитки	14	15	10	10	-4	-5	71,43	66,67
Школьное питание	31	31	30	30	-1	-1	96,77	96,77
Молоко сухое обезжиренное	4	5	10	9	6	4	250,00	180,00
Итого	284	280	322	310	38	30		

Объемы производства цельномолочной продукции предприятиями Пензенской области

Наименование предприятия	Производство молока, т.		
	2011г.	2012г.	2013г.
ОАО «Молком»	14581	16002	19711
ОАО «Молоко»	6313	6669	5785
ООО «ТД «Кондольский»	2085	1763	963
Другие предприятия	3500	3365	1872

Объемы производства цельномолочной продукции предприятиями Пензенской области

Широта ассортимента	Глубина ассортимента	Насыщенность ассортимента	Обновляемость ассортимента	Вид упаковки
Молоко	стерилизованное	5 видов	1 раз в 10 месяцев	Тетрабрик, тетрарекс, полипак
	пастеризованное	2 вида		
	сливки	1 вид		
	коктейли	3 вида		
Кисломолочная продукция	Кефир	2 вида	1 раз в 8 месяцев	Тетрарекс, полипак
	Ряженка	2 вида		
	Варенец	1 вид		
	«Бифилайф»	2 вида		
	«Снежок»	1 вид		
	Йогурт	4 вида		
	«Иммунолакт»	3 вида		
Сметана	Сметана	2 вида	1 раз в год	Тетрарекс, весовая
Творожные изделия	Творог	4 вида	1 раз в 6 месяцев	Весовой, пленка Криовак, пергамент, кешированная фольга, полистироловая коробочка
	Сырок творожный	2 вида		
	Масса творожная	2 вида		
Сыры	Твердые	1 вид	1 раз в 8 месяцев	Весовой, пленка криовак
	Мягкие	2 вида		
	Плавленые	5 видов		
Масло	Сливочное	3 вида	1 раз в 10 месяцев	Весовой, пленка криовак, фольга
	Растительно-сливочное	1 вид		
Напитки	На основе сыворотки	3 вида	1 раз в 6 месяцев	Тетрабрик
	Сокодержательные	3 вида		
Прочая продукция	Сыворотка	2 вида	1 раз в 2 года	Полипак, фляжная
	Обрат, пахта	1 вид		

SWOT-анализ ОАО «Молком» за 2014 год

Внутренние сильные стороны (S)	Внутренние сильные стороны (W)
<ul style="list-style-type: none">- наличие грамотного и дальновидного руководства- высокое качество и широкий ассортимент выпускаемой продукции- периодическое совершенствование продукции- положительный имидж предприятия на рынке, высокая репутация у потребителей- надежная сеть распределения- наличие стабильного, сплоченного профессионального коллектива	<ul style="list-style-type: none">- недостаточный объем оборотных средств- нехватка квалифицированных рабочих (токарей, наладчиков)- устаревшее оборудование- неполная загруженность производственных мощностей
Внешние возможности (O)	Внешние угрозы (T)
<ul style="list-style-type: none">- способность обслуживать дополнительные группы потребителей или проникнуть на новые рынки или их сегменты- расширение ассортимента продукции для удовлетворения запросов потребителей- приобретение нового оборудования и новейших технологий- сотрудничество с надежным банком- постоянный спрос на молочную продукцию	<ul style="list-style-type: none">- высокий уровень конкуренции в отрасли- растущая степень влияния поставщиков и покупателей- низкая покупательная способность потребителей- рост тарифов на топливно-энергетические ресурсы

Направления повышения конкурентоспособности ассортимента йогуртов ОАО «Молком»

Наименование критерия	Коэффициент значимости	Альтернативный вариант					
		Повышение качества	Выход на новые рынки	на расширение ассортимента	Расширение ассортимента	Внедрение нового оборудования	Поиск поставщика сырья
Увеличение прибыли	0,18	5	4	5	5	3	5
Затраты	0,16	2	4	4	2	4	1
Срок окупаемости	0,14	2	4	4	3	3	2
Увеличение рыночной доли	0,2	5	4	5	4	3	3
Повышение имиджа предприятия	0,14	5	5	5	5	3	5
Привлечение новых покупателей	0,18	5	5	5	3	3	3
Итого	1	4,1	4,32	4,7	3,68	3,16	3,18

Расчет отпускной цены биоюгуртов в первый год реализации проекта, руб.

Показатели	1 вид злаками	с2 вид с медом и злаками	3 вид с черносливом и мюсли	4 вид с курагой и мюсли	5 вид с персиком и мюсли
1. Сырье и материалы	9592	11350	11790	11504	11996
2. Вспомогательные материалы	4381	4381	4381	4381	4381
3. Электроэнергия	553,85	553,85	553,85	553,85	553,85
4. Теплоэнергия	1105,04	1105,04	1105,04	1105,04	1105,04
5. Вода	184,46	184,46	184,46	184,46	184,46
6. Заработная плата производственных рабочих	1096	1096	1096	1096	1096
7. Отчисления на социальные нужды	292	292	292	292	292
8. Общепроизводственные расходы	1644	1644	1644	1644	1644
9. Общехозяйственные расходы	2411	2411	2411	2411	2411
10. Производственная себестоимость	21259	23017	23457	23171	23663
11. Коммерческие расходы	438	438	438	438	438
12. Полная себестоимость	21697	23455	23895	23609	24101
13. Прибыль, соответствующая 12% уровню рентабельности	2604	2815	2867	2833	2892
14. Оптовая цена	24301	26270	26763	26442	26994
15. НДС	2430	2627	2676	2644	2699
16. Отпускная цена реализации 1 т.	26731	28897	29439	29087	29693
17. отпускная цена реализации 1 шт. по 0,5 литра	13,37	14,45	14,72	14,54	14,85

Задачи ОАО «Молком» в области качества:

1. Ориентироваться на потребителя, выполнять их требования, стремиться оправдать их ожидания.
2. Совершенствовать и сертифицировать систему менеджмента качества на базе международных стандартов ИСО серии 9000.
3. Постоянно повышать квалификацию персонала и содействовать развитию его творческой активности.
4. Обеспечить ответственность каждого работника за качество выполняемой работы и выполнение требований системы менеджмента качества.
5. Тщательный выбор производителей оборудования и поставщиков сырья для обеспечения гарантированного качества выпускаемой продукции.

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!!!**