

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ НОВОГО ОБЩЕСТВА

АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ КОНКУРЕНТОВ ООО «ПРЕСТИЖ»

АНТОЩЕНКО АНАСТАСИЯ ВЯЧЕСЛАВОВНА

*магистрант Саратовского социально-экономического института (филиал)
РЭУ им. Г.В. Плеханова, Саратов, Россия*

Email: duvanovaav@mail.ru

АБУБЕКЕРОВА ДИНАРА ПАВЛОВНА

*студентка Саратовского социально-экономического института (филиал) РЭУ
им. Г.В. Плеханова, Саратов, Россия*

Email: abubekerova17@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В статье проводится анализ основных конкурентов ООО «Престиж» на рынке хлебобулочных изделий города Ершов, среди которых можно выделить АО «Сокур-63», ОАО «Знак Хлеба», ОАО «Саратовский хлебокомбинат им. Стружкина», ООО «Энгельский хлебокомбинат». В результате проведенного анализа были выявлены сильные и слабые стороны предприятий-конкурентов на рынке, а также определены возможности и угрозы которые существенным образом могут повлиять на положение предприятия на рынке.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренты, SWOT–анализ

ANALYSIS OF THE MAIN COMPETITORS OF PRESTIGE LLC

ANASTASIA ANTOSCHENKO

*undergraduate Saratov Social and Economic Institute (branch) Plekhanov Russian
University of Economics, Saratov, Russia*

Email: duvanovaav@mail.ru

DINARA ABUBEKEROVA

*student Saratov Social and Economic Institute (branch) Plekhanov Russian
University of Economics, Saratov, Russia*

Email abubekerova17@mail.ru

ABSTRACT

The article analyzes the main competitors of Prestige LLC in the market of bakery products in the city of Ershov, among which are Sokur-63 JSC, Znak Khleb OJSC, and Saratov Bakery them. Struzhkina ", Engelsky Bakery" LLC As a result of the analysis, the strengths and weaknesses of competing enterprises in the market were identified, as well as opportunities and threats that could significantly affect the company's position in the market were identified.

Keywords: competitiveness, competitors, SWOT – analysis

В настоящее время на рынке города Ершова основными конкурентами ООО «Престиж» на рынке хлебобулочных изделий являются АО «Сокур-63», ОАО «Знак Хлеба», ОАО «Саратовский хлебокомбинат им. Стружкина», ООО «Энгельский хлебокомбинат». При этом следует отметить, что ОАО «Знак Хлеба» и ОАО «Саратовский хлебокомбинат им. Стружкина» входят в состав АПК «СТОЙЛЕНСКАЯ НИВА»

Нами был проведен SWOT-анализ основных конкурентов ООО «Престиж», который предполагает определение сильных, слабых сторон предприятия на рынке (анализ внутренней среды), а также определение возможностей и угроз (факторы внешней среды, которые существенным образом могут повлиять на положение предприятия на рынке).

Результаты SWOT-анализ АО «Сокур-63» представлены в таблице 1. В качестве сильных сторон АО «Сокур-63» можно выделить наличие достаточно нового оборудования, в частности печей, линия по производству сушек и пряников, а также качественные упаковка и этикетка на хлебобулочные изделия. Необходимо обратить внимание на все вышеперечисленные факторы и усилить их, а при необходимости хотя бы оставить на прежнем уровне.

Как видно из таблицы 1 первое место среди слабых сторон занимает слишком большой ассортимент, который очень сложно контролировать. На втором месте по

значимости находится неэффективная работа в области продаж, что говорит о необходимости создания специального отдела. Необходимо обратить внимание на эти факторы и по возможности снизить их влияние.

Из возможностей наибольшее значение для предприятия являются оптимизация существующего ассортимента, т.е. развитие более рентабельных наименований и возможное сокращение убыточных продуктов. Также необходимо отметить такую возможность как расширение и закрепление клиентской базы, которую трудно использовать без соответствующей службы. Необходимо сначала развить, а затем превратить эти возможности в сильные стороны. Также необходимо как можно скорее минимизировать влияние существующих угроз, выработать стратегию противодействия.

Результаты SWOT-анализ ОАО «Знак Хлеба» представлены в таблице 2

По итогам таблицы 2, можно сказать, что наиболее сильной стороной на предприятии является высокое качество по основным позициям хлеба, узнаваемость торговой марки «Знак Хлеба», к слабым сторонам отнесли нестабильное качество хлеба, вызванное частыми сбоями в производстве. К возможностям внешней среды отнесены появление нового оборудования, затрудняют использование этих возможностей следующие угрозы износ печи, отсутствие резервов по оборудованию и по печам.

SWOT-анализ АО «Сокур-63»

Сильные стороны	Слабые стороны
Наличие нового оборудования (насадок), печей	Слишком большой ассортимент
Наличие пряничного цеха и линия по производству сушки	Неэффективная работа в области продаж
Качественные упаковка и этикетки на хлебобулочные изделия	Раздутый прайс-лист, в который входят позиции, которые давно уже не выпускают
Низкая текучесть кадров	Клиенты не знают, какую продукцию изготавливает завод и как она выглядит (кондитерские изделия т.д.)
Значительное улучшение качества основных позиций батончиков и хлеба вследствие применения новых технологий и реконструкции оборудования	Не отслеживают тенденции в технологиях, в ингредиентах, в спросе хлебобулочного и кондитерского рынка
Водители инкассируют клиентов	Не всю продукцию упаковывают
«Омоложение» персонала, т.е. снижение количества служащих пенсионного возраста	Слабая представленность в сетевых магазинах
Сеть фирменных точек	Нехватка производственных мощностей на изготовление пряников и сушек
Наличие рекламного пакета (презентеры, шелфтокеры, монетницы и пр.)	Взимание платы за разгрузку, приводит к спорам между клиентом и водителями
Существует налаженная система возвратов	
Хорошая доставка по области, развитая логистика	
Простой и понятный договор поставки	
Возможности	Угрозы
Отслеживание тенденции спроса на хлебобулочные и кондитерские изделия	Действия конкурентов по модернизации оборудования, использования новых технологий
Использование новых технологий, ингредиентов	Выход на хлебный рынок Саратова новых игроков
Расширение и закрепление клиентской базы	Мобильность и большое количество частных пекарен
Рекламные компании и PR компании	
Оптимизация существующего ассортимента	
Развитие сети собственных магазинов	
Развитие направления «кондитерские изделия»	
Наращивание мощностей по изготовлению пряников и сушек	
Повышение профессионализма сотрудников	
Строятся новые микрорайоны	

SWOT-анализ на ОАО «Знак Хлеба»

Сильные стороны	Слабые стороны
Высокое качество по основным позициям хлеба	Нестабильное качество хлебобулочных изделий
Узнаваемость торговой марки «Знак Хлеба»	Частые сбои в производстве
Крупное солидное предприятие	Проблема подачи клиентами заявки в связи с нехваткой телефонных линий и диспетчеров
Несколько видов упаковки	Очень долго оформляются и подписываются все документы – «бюрократическая волокита»
Контроль менеджеров за наличием денег у клиента, предупреждение по телефону	Большой и сложный договор о сотрудничестве
Контроль за наличием заявки у клиента, выяснение причин отсутствия заявки	Высокая по сравнению с конкурентами цена
Производство в нарезке хлеба и батонов	Отсутствие нарезки хлеба половинками
Чистые ухоженные вежливые водители, спецодежда сотрудников	Отсутствие стандартного рекламного пакета для клиентов
Оформленные чистые хлебные машины	Несвоевременная доставка (опаздывают машины)
	Отсутствие довоза продукции в течение дня, нельзя дозаказать продукцию в течение дня
	Хлеб не весь упакован
Возможности	Угрозы
Повышение профессионализма сотрудников коммерческой службы	Износ печей
Приобретение нового оборудования	Отсутствие резервов по оборудованию и по печам
Расширение ассортимента хлебобулочных изделий	Владение конкурентами информацией о новых технологиях в хлебопечении
Расширение диспетчерской службы	Конкуренты модернизируют и расширяют свое производство
Новая система логистики	Появление новых игроков на хлебном рынке г. Саратова
Рекламные компании и PR компании	Мобильность и большое количество частных пекарен
Увеличение объемов продаж путем уменьшения оптовой цены	
Переработка брака и возвратов	
Строятся новые микрорайоны	
Увеличение количества машин в автопарке	

Результаты SWOT-анализ ОАО «Саратовский хлебокомбинат им. Стружкина» представлены в табл. 3

Таблица 3

SWOT-анализ ОАО «Саратовский хлебокомбинат им. Стружкина»

Сильные стороны	Слабые стороны
Меньшая цена по сравнению с конкурентами	Не стабильное качество продукции
Гибкая система скидок	Несвоевременная доставка
Довоз продукции в любое время	Нет закрепленных обязанностей и клиентов за каждым менеджером отдела продаж
Утром всегда привозят теплый хлеб в не зависимости от сезона и погоды	
Предлагают большой ассортимент продукции	
Наличие упаковки и этикетки	
Реклама и PR	
Яркие машины (газели)	
Быстрое реагирование на спрос; быстрая адаптация под потребителя	
Хорошо налаженная система возвратов	
Возможности	Угрозы
Повышение качества и расширение ассортимента хлебобулочных изделий	Действия конкурентов по модернизации оборудования, использования новых технологий.
Использование новых технологий, ингредиентов	Мобильность и большое количество частных пекарен
Расширение доставки продукции по области	Выход на хлебобулочный рынок Саратова новых игроков
Рекламные компании и PR компании	
Отслеживание тенденции спроса на хлебобулочные изделия	
Строятся новые микрорайоны	
Увеличение количества машин в автопарке	
Повышение профессионализма сотрудников	

Из данных таблицы 3 по ОАО «Саратовский хлебокомбинат им. Стружкина» можно сказать, что наиболее сильными сторонами являются: меньшая цена по сравнению с конкурентами, гибкая система скидок. К слабым сторонам деятельности предприятия можно отнести не стабильное качество продукции, что в свою очередь объясняет низкую цену на продукцию. Возможности внешней

среды, позволяющие лучше использовать сильные стороны это повышение качества и расширение ассортимента выпускаемой продукции. К угрозам внешней среды оказывающим влияние на использование сильных сторон можно отнести действия конкурентов по модернизации оборудования, использования новых технологий.

Результаты SWOT-анализ ООО
«Энгельский хлебокомбинат»

представлены в таблице 4

Таблица 4

SWOT-анализ ООО «Энгельский хлебокомбинат»

Сильные стороны	Слабые стороны
Высокая цена по сравнению с конкурентами	Не большой ассортимент
Стабильно хорошее качество основных позиций продукции	Не весь хлеб упаковывают
Клиентов инкассирует водитель	«Траурный» цвет машин перевозящих хлеб
Хорошая упаковка и этикетка (штрих код всегда читается)	
Современные технологии и ингредиенты, используемые при изготовлении продукции	
Хорошая представленность в Саратовской области	
Существует налаженная система возвратов	
Реклама и PR	
Возможности	Угрозы
Расширение ассортимента	Действия конкурентов по модернизации оборудования, использования новых технологий, вытеснение из торговых точек.
Рекламные компании и PR компании	Мобильность и большое количество частных пекарен
Отслеживание тенденции спроса на хлебобулочные изделия	Выход на хлебобулочный рынок Саратова новых игроков
Увеличение количества машин в автопарке	
Повышение профессионализма сотрудников	
Строятся новые микрорайоны	

Из данных таблицы 4 можно сделать следующие выводы. К сильным сторонам ООО «Энгельский хлебокомбинат» можно отнести стабильно хорошее качество основных позиций продукции, к слабым сторонам - не большой ассортимент. К возможностям внешней среды относится расширение ассортимента выпускаемой продукции и использование новых технологий и ингредиентов. К угрозам относятся действия конкурентов по модернизации оборудования,

использования новых технологий, вытеснение из торговых точек, что и у других конкурентов.

На основе проведенного анализа внешней среды, т.е. конкурентов, можно сделать выводы о том, что основные конкуренты сильны каждый в своей области, так ОАО «Знак Хлеба» отличаются лучшим качеством и имиджем предприятия, но ассортимент значительно меньше, чем на АО «Сокур-63». ОАО «Саратовский хлебокомбинат им. Стружкина» обладают низкой ценой по

сравнению с другими предприятиями, но в месте с тем продукция этого предприятия отличается не стабильным качеством выпускаемой продукции.

ООО «Энгельский хлебокомбинат» обладает более высоким качеством и лучшим сервисом, что приводит к высокой цене продукции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Барышникова Н. А., Матеуш Т. А., Миронов М. Г. Экономика организации/ Учебное пособие. Москва, 2018.
2. Миронов М.Г. Технологическое развитие промышленности Саратовской области.// В сборнике Саратовской области - 80 лет: история, опыт развития, перспективы роста, Сборник научных трудов по итогам Международной научно-практической конференции: в 3-х частях. Ответственный редактор: Н.С. Яшин. 2016. С. 75-76
3. Мартынович В.И. Условия и факторы внешней среды предприятий продовольственного комплекса Саратовской области // В сборнике Саратовской области - 80 лет: история, опыт развития, перспективы роста, Сборник научных трудов по итогам Международной научно-практической конференции: в 3- частях. Ответственный редактор: Н.С. Яшин. 2016. С. 73-74.

REFERENCES

1. Baryshnikova N.A., Mateush T.A., Mironov M.G. Organization Economics / Textbook. Moscow, 2018.
2. Mironov M.G. Technological development of industry in the Saratov region. // In the collection: Saratov region 80 years: history, experience, and prospects of growth, Collection of scientific papers based on the results of the International scientific and practical conference: in 3 parts. Executive Editor: N.S. Yashin. 2016. P. 75-76.
3. Martynovich V.I. Environmental conditions and environmental factors of the enterprises of the food complex of the Saratov region // In the collection of the Saratov region 80 years: history, experience, and prospects of growth, Collection of scientific papers based on the results of the International scientific and practical conference: in 3 parts. Executive Editor: N.S. Yashin. 2016. P. 73-74.