

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ ОАО "РОДИНА"

А.В. Калиниченко, 2 курс

Научный руководитель – А.Г. Король, ассистент

Полесский государственный университет

В современных рыночных условиях конкурентные стратегии играют важную роль на предприятии. Они позволяют предприятию достичь конкурентных преимуществ, что является главной задачей любой организации. Эффективность конкурентных стратегий влияет на всю конкурентоспособность предприятия.

В самом общем смысле стратегия – это направление долговременного развития предприятия, обеспечивающее выполнение миссии и достижение долгосрочных целей путем оптимального распределения ресурсов предприятия. Конкурентная стратегия является составной частью всей стратегии фирмы, которая может формироваться долго и обдуманно или возникать спонтанно. И не важно, как она создается, главное заключается в том, чтобы она была эффективна и конкурентоспособна [1, с.2].

ОАО «Родина» - многоотраслевое предприятие, которое занимается производством, заготовкой и реализацией сельскохозяйственной, животноводческой продукции.

Анализируя конкурентную позицию предприятия ОАО «Родина» можно сказать, что около 80% производимой цехом продукции реализуется через собственную торговую сеть, которая представлена 2-мя торговыми точками в Калинковичах и 1- в Мозыре и фирменным магазином «Родина» в г. Калинковичи. Предприятие «Родина» имеет комплекс КРС на 5000 голов, МТФ на 600 голов, мясоперерабатывающее предприятие мощностью в натуральном выражении 2,1 тонны мяса в смену или 1 т/см колбасных изделий. Годовая выработка продукции: мясо - 525 т, колбасных изделий - 250т. В ассортименте мясopодуkтов особую роль играют мясные изделия, максимально подготовленные для употребления. Повышенным спросом пользуются колбасы, которые наиболее доступны населению по цене [2, с 7].

Как и любое другое предприятие ОАО «Родина» несёт издержки на производимую продукцию и устанавливает соответствующие цены на товары.

Проведем сравнительный анализ показателей с/х продукции предприятия ОАО «Родина» с показателями с/х продукции Гомельской области и Республики Беларусь.

Для сравнения рассмотрим стоимость продукции сельского хозяйства предприятия ОАО «Родина» и средние цены производителей сельскохозяйственной продукции Гомельской области за 2017 год. Данные показатели отражены на рисунке.

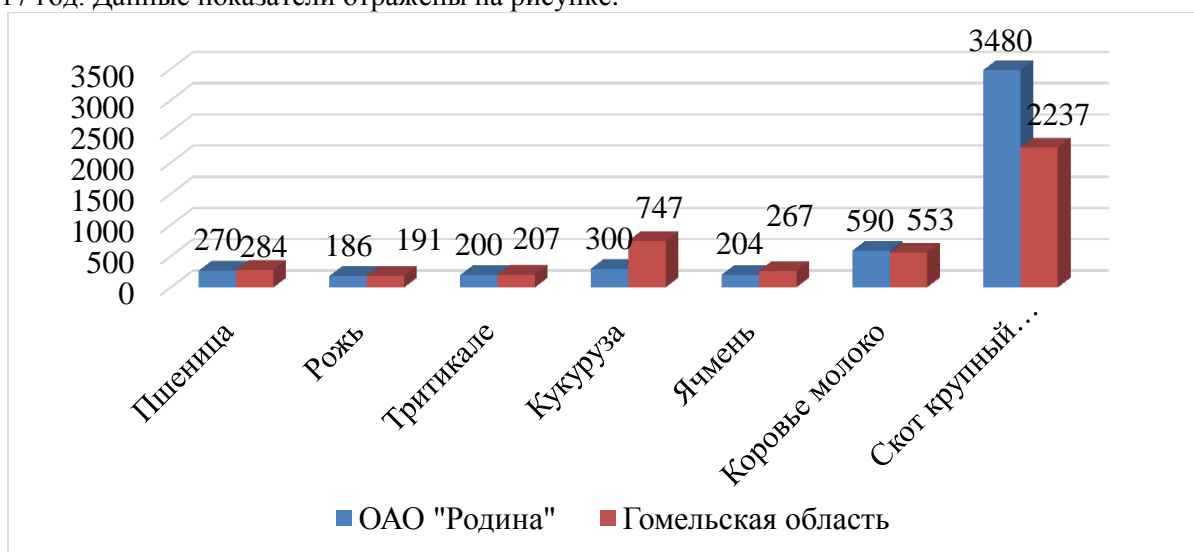


Рисунок – Стоимость продукции ОАО «Родина» и Гомельской области, 2017 год, тыс.руб./т
Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [2,3]

На данной диаграмме можно увидеть, что предприятие ОАО «Родина» в целом не завышает цены на продукцию, кроме цен на молоко и крупный рогатый скот, сравнивая со средними ценами производителей сельскохозяйственной продукции по Республике Беларусь.

Рассмотрим затраты, которые несет предприятие ОАО «Родина» на основное производство и сравним с показателями по Республики Беларусь в таблице.

Таблица – Издержки ОАО «Родина» и в среднем по Республике Беларусь на некоторую продукцию, 2017 г., тыс. руб. за тонну

Наименование продукции	ОАО «Родина»	Республика Беларусь	Гомельская область
Молоко	430	680	457
Крупный рогатый скот	2570	2790	2 576

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [2,3]

Как видно из таблицы, издержки предприятия на молоко и крупный рогатый скот не превышают издержек по Республике Беларусь и Гомельской области. Это означает, что предприятие может снижать издержки до уровня цен, при этом финансовая деятельность его не пострадает, то есть предприятие способно и далее функционировать.

Организация ОАО «Родина» стремится использовать все мыслимые способы, чтобы привлечь потребителей и вызвать у них желание сделать следующую покупку в целях опережения конкурентов и получение преимущества на рынке. Для решения проблемы в связи с ростом цен на молоко и крупный рогатый скот, ростом издержек существует два решения:

1) Разработать стратегию на основе минимизации издержек, чтобы стать тем производителем, который будет иметь самые низкие издержки в отрасли. ОАО «Родина» необходимо получить преимущество в издержках, которое позволит обеспечить очень высокую прибыльность.

Для этого следует использовать как можно более качественный персонал, который будет выполнять свою работу быстрее и лучше; обслуживать достаточно много разных сегментов рынка, так как чем больше масштабы производства, тем меньше издержки на него; необходимо постоянно искать новые возможности экономить, внедряя новую технику управления, самые последние технические разработки; повысить качество товара.

Однако такая стратегия очень опасна, так как велика вероятность того, что рано или поздно появятся конкуренты, способные сделать свои издержки ещё ниже.

2) Разработать стратегию наилучшей стоимости, которая предполагает снижение цен на продукцию до того уровня, который приведёт к росту потребителей.

Прежде чем снижать цены на товар, необходимо заняться глубоким анализом. Так как снижение цены не всегда хороший способ увеличить количество покупателей, но и определенный риск. Вместе со снижением цены, будет увеличиваться объем производства. Необходимо четко проанализировать ресурсы, которые использует организация. Например, хватит ли их после увеличения объема производства, либо хватит ли складского помещения, людей.

Цель стратегии состоит в том, чтобы иметь наилучшие (более низкие) издержки и цены, чем у продукции конкурентов, обладающей аналогичными свойствами и качеством.

Реализация данных стратегий позволит получить следующий эффект:

- увеличение объемов производства молока, повышение его качества, снижение издержек на единицу продукции;
- увеличение среднесуточного привеса, сокращение непроизводственного выбытия и, как результат, рост продукции выращивания и откорма КРС;
- повышение урожайности культур и валового сбора;
- снижение затрат на производство продукции.

Достижение запланированного эффекта позволит предприятию выйти на эффективную работу и обеспечивать исполнение всех своих обязательств перед контрагентами.

Список использованных источников

1. Жмуд, А.Б. Теоретические подходы к определению конкурентной стратегии // Электронный научно-методический комплекс Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2011. – №22. – 62 с.

2. Отчеты предприятия ОАО «Родина» за 2017г.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Средние цены на потребительские товары и услуги по Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnayastatistika/realnysektorekonomiki/tseny/potrebitelskie-tseny/>. – Дата доступа: 09.03.2020.