

УДК 339.13:637.3

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ СЫРОВ

*Асафьева А.Н., студентка 4 курса экономического факультета
Научный руководитель - Севастьянова В.М., ст. преподаватель
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ*

Ключевые слова: конкурентоспособность, ассортимент сыров, метод экспертных оценок, интегральный показатель конкурентоспособности.

Работа посвящена оценке конкурентоспособности различных видов сыров, реализуемых в торговом предприятии.

В настоящее время на рынке производителей сыров наблюдается жесткая конкуренция, что не может не сказываться на конечной реализации данной продукции в отдельных супермаркетах. Борьба за потенциального покупателя продукции зачастую не приносит нужного результата.

Для оценки конкурентоспособности различных видов сыров, реализуемых в супермаркете АО «Гулливвер» был использован метод экспертных оценок [1]. Результаты стандартизации оценок экспертной группы приведены в таблице 1. Также в таблице представлен вес каждого показателя для определения интегрального показателя конкурентоспособности на основе субъективных оценок.

Далее, на основе данных таблицы 1, была проведена оценка конкурентоспособности по интегральному показателю конкурентоспособности (К):

$$K = \sum q_i * a_i,$$

где q_i – показатель конкурентоспособности (критерии выбора);

a_i – вес показателя конкурентоспособности.

$$K_{\text{сыры сычужные}} = 5,24$$

$$K_{\text{сыры мягкие}} = 5,33$$

$$K_{\text{сыры плавленые}} = 5,27$$

$$K_{\text{сыры рассольные}} = 5,19$$

Из расчета интегрального показателя конкурентоспособности видно, что наивысшую оценку получили сычужные сыры. Плавленые сыры имеют самую низкую оценку по показателям цены и марки продукта в сравнение с представленными. Супермаркету необходимо из-

Таблица 1 - Оценка показателей сыров экспертной группой

Плавленный сыр		Внешний вид	Вкус и цвет	Этикетка	Цена	Срок годности	Состав	Марка
Сыры сычужные	абс	7,2	8,2	7,9	7,4	9,3	8,8	8,3
	станд	0,88	1,00	0,95	0,89	0,99	0,96	0,86
Сыры мягкие	абс	7,5	7,9	8,1	7,2	9,4	8,9	9,6
	станд	0,91	0,96	0,98	0,87	1,00	0,97	1,00
Сыры плавленые	абс	8,1	8,1	8,3	7,1	9,3	8,7	7,8
	станд	0,99	0,99	1,00	0,86	0,99	0,95	0,81
Сыры рассольные	абс	7,3	7,7	8	8,1	9,2	9,1	6,5
	станд	0,89	0,94	0,96	0,98	0,98	0,99	0,68

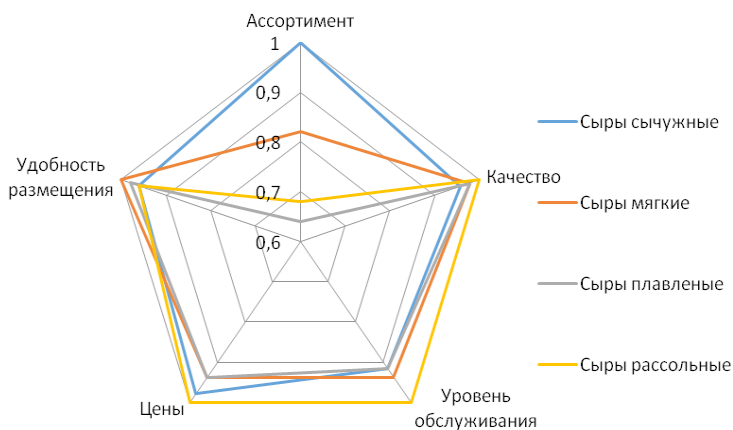


Рисунок 1 – Профилограмма конкурентоспособности сыров

менить ценовую политику в отношении плавленых сыров, а также привлекать к сотрудничеству большее количество популярных брендов и марок плавленых сыров.

Таким образом, основываясь на полученных данных конкурентоспособности сыров, необходимы рекомендации аутсайдерам продаж, то есть плавленым сырам. Для дальнейшего эффективного роста продаж, а, следовательно, и роста конкурентоспособности необходимо предпринять следующие меры:

- повышение ассортимента предлагаемой продукции, за счет как расширения ассортимента уже представленных компаний, так и привлечения к сотрудничеству других производителей плавленых сыров (ОАО «Вимм-Билль-Данн, ОАО Вамин Татарстан, ООО Воронежскагро и др.). Особое внимание необходимо обратить на более популярные торговые марки и бренды;

- размещение исследуемой продукции в более доступных и видимых местах;

- повышение качества продукции за счет выбора надежных поставщиков и производителей, соблюдение сроков годности продукции;

- стимулирование персонала на продажу конкретной продукции;

- размещение в местах доступа потенциальных покупателей привлекательной информации о плавленых сырах, акциях, ассортименте.

Библиографический список:

1. Севастьянова, В.М.Использование информационных технологий в структурном анализе товарного ассортимента / В.М.Севастьянова, Н.А.Иванова // Инновационный маркетинг и менеджмент: теория и практика. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции. – Саратов: ГАУ им. Н.И. Вавилова, 2013.- С.81-84
2. Петрухина, О.С.Методы анализа товарного ассортимента торгового предприятия (на примере магазина ООО «Хрустальная-16») / О.С.Петрухина, М.Н. Гараева, В.М. Севастьянова // Материалы 64-й внутривузовской студенческой конференции . -Ульяновск, 2011.- С. 225-230.
3. Дозорова, Т.А. Региональное планирование, прогнозирование и программирование: учебное пособие для студентов магистратуры, обучающихся по направлению подготовки: 38.04.01 Экономика, магистерская программа «Региональная экономика» / Т.А.Дозорова. – Ульяновск: Ульяновская ГСХА, 2017. – 92 с.
4. Дозорова, Т.А. Методические рекомендации по дипломному проектированию по специальности 080401 «Товароведение и экспертиза товаров» //

Инновационные технологии в высшем профессиональном образовании» 11-13 октября 2011 года. Материалы научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава академии. – Ульяновск: ГСХА, 2011. – С.88-94.

5. Дозорова, Т.А. Коммерческая деятельность: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям / Т.А.Дозорова, О.Н.Семирханова. – 2-изд., перераб. – Ульяновск: УГСХА, 2016. – 162 с.
6. Дозорова, Т.А. Бизнес-планирование: учебное пособие для студентов направлений подготовки 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.01 «Экономика» / Т.А. Дозорова, В.М. Севастьянова. – Ульяновск: Ульяновская ГСХА, 2017. - 184 с.

EVALUATION OF THE COMPETITIVENESS OF CHEESE

Asafyeva A.N.

Keywords: *competitiveness, cheese assortment, expert evaluation method, integral indicator of competitiveness.*

The work is devoted to the evaluation of the competitiveness of different types of cheeses sold in a trading enterprise.