

КОНТРОЛЛИНГ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «ЛМП БРОНЗАМЕХ»

Илященко Валентина Алексеевна

студент, Оренбургский государственный университет, РФ, г. Оренбург

Локтева Кристина Николаевна

студент, Оренбургский государственный университет, РФ, г. Оренбург

Шлифер Елена Владимировна

научный руководитель, канд. экон. наук, Оренбургский государственный университет, РФ, г. Оренбург

CONTROLLING THE COMPETITIVENESS OF THE COMPANY'S PRODUCTS (ON THE EXAMPLE OF LLC "LMP BRONZAMEH")

Kristina Lokteva

Student, Orenburg State University, Russia, Orenburg

Valentina Ilyashchenko

Student, Orenburg State University, Russia, Orenburg

Elena Shlifer

Scientific director, Cand. Economy Sciences, Orenburg State University, Russia, Orenburg

Аннотация. В данной статье проанализированы особенности контроллинга конкурентоспособности продукции предприятия. Для этого даны теоретические основы специфики применения контроллинга конкурентоспособности продукции предприятия на современном этапе. Предложено авторское определение контроллинга конкурентоспособности. Далее представлены основы контроллинга конкурентоспособности продукции предприятия в деятельности ООО «ЛМП Бронзамех», разработаны рекомендации для его совершенствования.

Abstract. This article analyzes the features of controlling the competitiveness of the company's products. For this purpose, the theoretical foundations of the specifics of the application of controlling the competitiveness of the enterprise's products at the present stage are given. The author's definition of controlling competitiveness is proposed.

The following are the results of controlling the competitiveness of the company's products in the activities of ООО "LMP Bronzameh", recommendations for its improvement are developed.

Ключевые слова: контроллинг, конкурентоспособность, продукция, анализ, сравнение.

Keywords: controlling, competitiveness, products, analysis, comparison.

На сегодняшний день перед любым предприятием, которое действует в стремительно изменяющемся рынке и условиях неопределенности, стоит главная проблема, которая заключается в попытке не только выжить, но и действовать таким образом, чтобы продукция предприятия соответствовала требованиям потребителей, что выражается в уровне ее конкурентоспособности [4]. Уровень конкурентоспособности предприятия показывает, насколько

эффективно оно может функционировать на рынке или в сегменте рынка по сравнению с другими участниками, являющимися его конкурентами. Уровень конкурентоспособности можно измерить различными способами, о чем написано много научных трудов [3,5,13,17,24] и отобразить различными

методами: числовыми, цветовыми, словесными, матричными и графическими. Различают реальную конкурентоспособность, имеющуюся на данный момент и потенциальную конкурентоспособность, т. е. ту, которую возможно достигнуть в имеющихся условиях за определенный период.

Уровень конкурентоспособности предприятия показывает, насколько

эффективно оно может функционировать на рынке или в сегменте рынка по сравнению с другими участниками, являющимися его конкурентами. Уровень конкурентоспособности можно измерить различными способами, о чем написано много научных трудов [3,5,13,17,24] и отобразить различными методами: числовыми, цветовыми, словесными, матричными и графическими. Различают реальную конкурентоспособность, имеющуюся на данный момент и потенциальную конкурентоспособность, т. е. ту, которую возможно достигнуть в имеющихся условиях за определенный период.

Уровень конкурентоспособности предприятия показывает, насколько **эффективно оно может функционировать на рынке или в сегменте рынка по сравнению с другими участниками, являющимися его конкурентами. Уровень конкурентоспособности можно измерить различными способами, о чем написано много научных трудов [3,5,13,17,24] и отобразить различными**

методами: числовыми, цветовыми, словесными, матричными и графическими. Различают реальную конкурентоспособность, имеющуюся на данный момент и потенциальную конкурентоспособность, т. е. ту, которую возможно достигнуть в имеющихся условиях за определенный период.

Уровень конкурентоспособности является показателем, насколько предприятие или его продукция могут конкурировать на рынке с аналогичными предложениями. Уровень конкурентоспособности может быть определен различными способами: числовыми, цветовыми, матричными или графическими. По отношению к продукции предприятия может быть рассмотрена реальная конкурентоспособность, которая выражается в качествах товара на сегодняшний день, и потенциальная, которая может быть достигнута в имеющихся условиях за определенный период.

Для формирования системы управления предприятием и продукцией необходима отдельная, особая система контроля. В исследованиях Охотников И. В., Сибирко И. В. [1] и Чурсина А. А. [3] такая система называется стратегическим маркетинговым контролем или контроллингом. Для современного предприятия контроллинг выступает в качестве драйвера и интегратора процесса повышения конкурентоспособности продукции предприятия. Актуальность исследования состоит в том, что на сегодняшний день понятие «контроллинг конкурентоспособности» встречается в литературе очень ограниченно. Современные исследователи рассматривают контроллинг как основу, базу, инструмент управления или фактор повышения конкурентоспособности.

Для определения конкурентоспособности продукции предприятия использование контроллинга важно по следующим причинам:

- контроллинг позволяет оценить адекватность действий предприятия во внешней среде;
- проанализировать потенциал продукции как совокупности ресурсов (имеющихся и перспективных) для ее функционирования на рынке;
- определить задачи, которые необходимы для решения со стороны руководства с учетом реальных условий конкуренции для продукции на рынке [5]. Основная цель контроллинга конкурентоспособности продукции современного предприятия направлена на информационное обеспечение и ориентацию процесса управления для достижения главных целей предприятия в данном направлении. Предложим авторское определение понятия «контроллинг конкурентоспособности продукции».

Контроллинг конкурентоспособности продукции — это информационно-аналитическая поддержка сохранения и улучшения конкурентных преимуществ товара.

Основные функции контроллинга конкурентоспособности продукции предприятия:

- анализ хода реализации предпринимательских заданий на всех этапах создания продукции, их соответствия системе плановых показателей и нормативов, как финансовых, так и технических;
- изменение отклонений фактических результатов от предусмотренных с целью диагностирования по отклонениям ухудшения или улучшения качества продукции;
- накопление информации, необходимом для обеспечения оперативных управленческих решений для повышения уровня конкурентоспособности продукции предприятия и его соответствия отраслевым показателям в данной сфере;
- коррекция при необходимости отдельных целей и показателей в сфере развития уровня конкурентоспособности предприятия в связи с изменением внешней финансовой среды, конъюнктуры финансового рынка и внутренних условий осуществления хозяйственной деятельности предприятия [5].

В контроллинг конкурентоспособности продукции предприятия входят следующие этапы, которые представлены на рисунке 1.



Рисунок 1. Этапы контроллинга продукции предприятия [3]

ООО «Литейно-механическое производство Бронзамех» (далее - ООО «ЛМП Бронзамех»)- это предприятие Оренбургской области, в качестве своей основной продукции на рынок поставляет продукт литья цветных металлов. Для данной продукции очень важным является уровень его конкурентоспособности, так как ООО «ЛМП Бронзамех» выступает как микропредприятие (выручка предприятия за 2021 год составила 49 959 тыс. руб., количество работников на предприятии – 9 человек), а гиганты отрасли легко могут вытеснить продукцию с рынка. Именно по этой причине руководство предприятия приняло решение о введении системы контроллинга уровня конкурентоспособности продукции, которая основной целью имеет формирование стратегии по сохранению конкурентных преимуществ, характерных для сегодняшнего уровня продукта литья цветных металлов и повышения ее, в качестве ориентира для которого принимается не только продукт конкурентов, но и мнение конечного потребителя.

Контроллинг конкурентоспособности продукции на предприятии включает:

- постоянный анализ технологии производства;
- изучение финансовых затрат на производство продукции;
- определение конкурентных преимуществ аналогичной продукции;
- контроль производства;
- анализ формирования сбытовых схем.

Контроллинг конкурентоспособности продукции ООО «ЛМП Бронзамех» построен на затратных ориентирах, которые соотносятся с качественными показателями, характерными для выхода продукта на момент его реализации потребителю. Также контроллинг конкурентоспособности продукции ООО «ЛМП Бронзамех» учитывает и непредсказуемые изменения внешней среды, фиксируя их и учитывая в процессе сравнения продукции с той, которая представлена конкурентами. Для предприятия в качестве совершенствования контроллинга конкурентоспособности продукции ООО «ЛМП Бронзамех» можно предложить использование механизма стратегического контроллинга, который направлен на осуществление непрерывной стратегической работы. Это позволяет вырабатывать стратегический продукт, который будет реализован не сразу, а в последующем периоде. Так, на сегодняшний день определена цель изменений в продукции, которая будет реализована в ближайший год. Информация, полученная в результате контроллинга, позволит сформировать цель на пятилетний период, однако, необходимо учитывать, что она должна быть более гибкой, чем годовая. В годовую цель по повышению уровня конкурентоспособности рассматриваемого предприятия должно быть включено изменение самой технологии

производства, что будет осуществлено посредством покупки нового оборудования, необходимого для некоторых этапов литья. Таким образом, для ООО «ЛПМ Бронзамех» использование контроллинга конкурентоспособности продукции позволяет не только найти свое место на рынке, но и достойно соперничать даже с крупными предприятиями отрасли по качеству продукта.

Список литературы:

1. Охотников, И. В. Стратегическое управление и контроллинг как основа корпоративной конкурентоспособности / И. В. Охотников. — Текст : непосредственный // Вопросы экономики и управления. — 2017. — № 3 (10). — С. 24-27. — URL: <https://moluch.ru/th/5/archive/65/2611/> (дата обращения: 27.11.2022).
2. Охотников И. В., Сибирко И. В. Локализация в условиях глобализации / Охотников И. В., Сибирко И. В. // Проблемы безопасности российского общества. — 2019. — № 3.
3. Чурсин А. А. Теоретические основы управления конкурентоспособностью. – Москва: Спектр, 2021. – 524 с.
4. Шалунова Ж. Л. Организационно-экономические основы совершенствования системы управления сельскохозяйственными предприятиями с использованием механизма контроллинга: диссертация кандидата экономических наук: 08.00.05. - Новосибирск, 2016. - 187 с.
5. Шкардун В. Д. Маркетинговые основы стратегического планирования. Теория, методология, практика. - М.: Дело, 2018. – 384 с