

**АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ
ФСА-АНАЛИЗА****Светалкин Евгений Михайлович**магистрант, ФГБОУ ВО Пензенский государственный университет архитектуры и
строительства, РФ, г. Пенза

Аннотация. Каждое производство, в том числе и производство пищевых продуктов, направлено на максимальную удовлетворенность потребностей потребителя. Поэтому предприятия применяют разные методы, направленные на совершенствование потребительских свойств продукции с учетом затрат на достижение этих свойств. Одним из таких методов является функционально-стоимостной анализ.

Ключевые слова: функционально-стоимостной анализ, конкурентоспособность, управление, качество, пищевая продукция.

Пищевая промышленность призвана обеспечивать население различными продуктами питания в объемах и ассортименте, достаточных для формирования правильного и сбалансированного рациона питания.

Пищевая промышленность – среднетехнологичная отрасль, ориентированная в основном на внутренний рынок. В середине текущего десятилетия российская пищевая промышленность оказалась перед долговременным системным вызовом, характер которого определяется усилением глобальной конкуренции, охватывающей рынки не только товаров, но и капиталов, технологий, рабочей силы. Однако сегодняшние качественные характеристики пищевой промышленности не позволяют ей использовать конкурентные преимущества глобализации. Она остается недостаточно диверсифицированной, характеризуется низким уровнем инноваций и эффективности использования ресурсов [1-3].

Повышение качества производимой продукции предприятиями пищевой промышленности расцениваются в современных условиях глобализации экономики, как решающее условие её конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках. Рост технического уровня и качества выпускаемой продукции является в настоящее время наиболее характерной чертой работы предприятий в промышленно развитых странах.

Функционально-стоимостной анализ - инструмент позволяет оценить реальную стоимость продукта или услуги. Цель ФСА состоит в обеспечении правильного распределения средств, выделяемых на производство [4, 5].

Таким образом, представленные инструменты качества являются эффективными средствами воздействия на уровень качества выпускаемой продукции. Однако, несмотря на то, что данные инструменты могут применяться по отдельности, наибольшую результативность они показывают при комплексном применении. При этом требуется учитывать различную результативность инструментов в зависимости от конкретной ситуации и четко понимать, какой из инструментов будет наиболее подходящим.

Наибольший интерес при проведении анализа конкурентоспособности предприятия вызывает

функционально-стоимостной анализ, в связи с этим, рассмотрим особенности использования его элементов при анализе конкурентоспособности ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика», г.Пенза.

В качестве основных критериев были выбраны следующие характеристики (таблица 1):

- 1) Соответствие продукции установленным требованиям;
- 2) Годовой объем выпуска продукции (в тоннах);
- 3) Наличие акций (дегустации, подарок за покупку, снижение цен в праздничные дни, паллетные выкладки, акция примотки, для дистрибьюторов: при покупке 10 кг продукции 1 кг в подарок);
- 4) Наличие ассортимента (выпуск всей продукции предприятия);
- 5) Наличие рекламации (за один год).

Таблица 1.

Исходные данные для расчета

Наименование предприятия	Наименование характеристики	Значение характеристик
ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»	Соответствие продукции установленным требованиям	Соответствует
	Годовой объем выпуска продукции	22 405
	Наличие акций	6
	Ассортимент	160
	Наличие рекламации	0
ООО «Надежда»	Соответствие продукции установленным требованиям	Соответствует
	Годовой объем выпуска продукции	18 325
	Наличие акций	3
	Ассортимент	140
	Наличие рекламации	1
«Бековский пищекомбинат»	Соответствие продукции установленным требованиям	Соответствует
	Годовой объем выпуска продукции	16 804
	Наличие акций	2
	Ассортимент	80
	Наличие рекламации	0

Распределение стоимости:

- 1) 0,5 кг ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» - 72,87 руб;
- 2) 0,5 кг ООО «Надежда» - 68,53 руб;
- 3) 0,5 кг «Бековский пищекомбинат» - 60,5 руб.

Построим матрицу смежности параметров с целью оценки значимости рассматриваемых критериев. Оценка значимости критериев была проведена методом экспертной квалиметрии (таблица 2).

Таблица 2.

Значимость характеристик конкурентоспособности предприятия

Параметры	Соответствие продукции установленным требованиям	Годовой объем выпуска продукции	Наличие акций	Ассортимент	Наличие рекламы	a_i	$P_{абс_i}$	$P_{отн_i}$
Соответствие продукции установленным требованиям	1,0	1,5	1,5	1,5	1,5	7,0	32,5	0,31
Годовой объем выпуска продукции	0,5	1,0	1,5	0,5	1,5	5,0	21,5	0,2
Наличие скидок	0,5	0,5	1,0	0,5	0,5	3	13,5	0,13
Ассортимент	0,5	0,5	1,5	1,0	1,5	5,0	21,5	0,2
Наличие рекламы	0,5	0,5	1,5	0,5	1,0	4,0	17	0,16

Показатель абсолютного приоритета рассчитывается следующим образом:

Для первого параметра "соответствие продукции установленным требованиям":

$$P_{abc}(1)=1,0 \times 7,0 + 1,5 \times 5,0 + 1,5 \times 3,0 + 1,5 \times 5,0 + 1,5 \times 4,0 = 32,5;$$

Для второго параметра "наличие скидок":

$$P_{abc}(2)=0,5 \times 7,0 + 1,0 \times 5,0 + 1,5 \times 3,0 + 0,5 \times 5,0 + 1,5 \times 4,0 = 21,5;$$

Для третьего параметра "наличие скидок ":

$$P_{abc}(3)=0,5 \times 7,0 + 0,5 \times 5,0 + 1,0 \times 3,0 + 0,5 \times 5,0 + 0,5 \times 4,0 = 13,5;$$

Для четвертого параметра "ассортимент":

$$P_{abc}(4)=0,5 \times 7,0 + 0,5 \times 5,0 + 1,5 \times 3,0 + 1,0 \times 5,0 + 1,5 \times 6,0 = 21,5;$$

Для пятого параметра "наличие акций":

$$P_{abc}(5)=0,5 \times 7,0 + 0,5 \times 5,0 + 1,5 \times 3,0 + 0,5 \times 5,0 + 1,0 \times 4,0 = 17,0.$$

Показатель относительного приоритета рассчитывается по формуле 1 [6]:

$$P_{отн_i} = \frac{P_{абс_i}}{\sum_1^n P_{абс_i}} \quad (1)$$

Сравним предприятия-конкуренты по каждому из пяти рассматриваемых параметров, представленных в таблице 1. Результаты проведенного анализа представлены в таблице 3.

Таблица 3.

Результаты анализа предприятий по критериям оценки

Параметры	ЗАО «Пензенская кондитерская	ООО «Надежда»	«Бековский п ищекомбинат	a_i	$P_{абс_i}$	$P_{отн_i}$
-----------	------------------------------	---------------	--------------------------	-------	-------------	-------------

	фабрика»		»			
Критерий «соответствие продукции установленным требованиям»						
ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»	1,0	1,0	1,0	3,0	9,0	0,33
ООО «Надежда»	1,0	1,0	1,0	3,0	9,0	0,33
«Бековский пищекомбинат»	1,0	1,0	1,0	3,0	9,0	0,33
Критерий «годовой объем выпуска»						
ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»	1,0	1,5	1,5	4,0	11,5	0,46
ООО «Надежда»	0,5	1,0	1,5	3,0	8,0	0,32
«Бековский пищекомбинат»	0,5	0,5	1,0	2,0	5,5	0,22
Критерий «наличие акций»						
ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»	1,0	1,5	1,5	4,0	11,5	0,46
ООО «Надежда»	0,5	1,0	1,5	3,0	8,0	0,32
«Бековский пищекомбинат»	0,5	0,5	1,0	2,0	5,5	0,32
Критерий «ассортимент»						
ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»	1,0	1,5	1,5	4,0	11,5	0,46
ООО «Надежда»	0,5	1,0	1,5	3,0	8,0	0,32
«Бековский пищекомбинат»	0,5	0,5	1,0	2,0	5,5	0,22
Критерий «наличие рекламаций»						
ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»	1,0	1,5	1,0	3,5	11,5	0,35
ООО «Надежда»	0,5	1,0	1,5	3,0	10,0	0,3
«Бековский пищекомбинат»	1,0	1,5	1,0	3,5	11,5	0,35

На заключительном этапе произведем расчет показателя комплексного приоритета (таблица 4).

Таблица 4.

Результаты расчета показателя комплексного приоритета

Наименование предприятия	Наименование критерия оценки					Итого
	Соответствие продукции установленным требованиям	Годовой объем выпуска продукции	Наличие акций	Ассортимент	Наличие рекламации	
ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»	0,33	0,46	0,46	0,46	0,35	
ООО «Надежда»	0,33	0,32	0,32	0,32	0,3	
Бековский пищекомбинат	0,33	0,22	0,22	0,22	0,35	
Значимость критерия	0,31	0,2	0,13	0,2	0,16	

Комплексный приоритет ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»	0,1023	0,092	0,0598	0,092	0,056	0,4021
Комплексный приоритет ООО «Надежда»	0,1023	0,064	0,0416	0,064	0,048	0,3199
Комплексный приоритет Бековский пищекомбинат	0,1023	0,044	0,0286	0,044	0,056	0,2749

Таким образом, для данного потребителя при названных условиях наиболее предпочтительным является предприятие ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика».

Комплексный приоритет в пересчете на единицу стоимости выпускаемой продукции для всех рассматриваемых предприятий составляет:

- 1) ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»: $0,4021/72,87=0,0055$;
- 2) ООО «Надежда»: $0,3199/68,53=0,0047$;
- 3) Бековский пищекомбинат: $0,2749/60,5=0,0045$.

При пересчете приоритета на единицу стоимости выпускаемой продукции установившийся порядок предпочтения не меняется.

Список литературы:

1. Бекетова О.Н. Современные тенденции развития пищевой промышленности РФ: национальный и региональный аспекты // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал - 2016. - №4 (48). - [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://eee-region.ru/article/4806/>
2. Андреев А.В. Эффективность и результативность пищевой промышленности России//Вестник Саратовского госагроуниверситета им. Н.И. Вавилова. - 2010. - № 9.
3. Сергеев А.А., Сергеева Е.А. Проблемы и пути повышения конкурентоспособности пищевой промышленности // Экономический анализ: теория и практика. - 2010. - №28. - С.18-22
4. Дёгтева В.С. Методология функционально-стоимостного анализа // Инновационная наука. - 2016. - №5-1 (17). - С.56-59
5. Гордашникова О.Ю. Функционально-стоимостной анализ качества продукции и управления маркетингом на предприятии. - М.: Издательство «Альфа-Пресс». - 2006. - 88 с.
6. К вопросу применения функционально-стоимостного анализа // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по материалам II студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. — М.: «МЦНО». — 2013 —№ 2 / [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/2\(2\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/2(2).pdf)