

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ООО «ПЯТЕРОЧКА»

Плотников Никита Алексеевич

студент, Волжский политехнический институт, (филиал) Волгоградский государственный технический университет, РФ, г. Волгоград

Горбунова Алина Викторовна

канд. экон. наук, доцент, Волжский политехнический институт (филиал), Волгоградский государственный технический университет, РФ, г. Волгоград

WAYS TO INCREASE COMPETITIVENESS OF ORGANIZATION LLC "FIVE"

Nikita Plotnikov

Student, Volga Polytechnic Institute, (Branch) Volgograd State Technical University, Russia, Volgograd

Alina Gorbunova

Cand. econ. sciences docent, Volga Polytechnic Institute (branch), Volgograd State Technical University, Russia, Volgograd

Аннотация. В статье рассмотрена конкурентоспособность организации и предложены пути ее повышения в ООО «Пятёрочка».

Abstract. The article considers the competitiveness of the organization and proposes ways to increase it in Five LLC.

Ключевые слова: конкурентоспособность; рынок; рентабельность; предприятие; факторы.

Keywords: competitiveness; market; profitability; enterprise; factors.

Для того, чтобы обеспечивать выживаемость организации в современных рыночных условиях необходимо постоянно повышать свою конкурентоспособность [4].

Федеральная торговая сеть ООО «Пятёрочка», основным видом деятельности которой является розничная торговля продукции питания и бытовой химии проводит регулярные исследования в области маркетинга и менеджмента своей организации.

Основной акцент при оценке конкурентоспособности делается на следующих факторах:

1. Проходимость – это количество покупателей, посещающих магазин. Их число следует увеличивать активной рекламной деятельностью (телевидение, радио, плакаты на улицах и другое).
2. Средний чек – это количество человек купивших товары данного магазина за определенный промежуток времени. Увеличить величину среднего чека можно путем:

- увеличения ассортимента предлагаемой продукции;
- проведения различного рода акций (распродажа, скидки с крупной покупки и другое);
- использование пластиковых карт – при их использовании человек тратит гораздо больше денег;
- продажа товаров на кассе продавцами – кассирами.

3. Лояльность – это процент покупок, произведенных в отдельном магазине относительно других магазинов данной организации. Увеличение прибыли за счет этого фактора возможно при введении дисконтных карт [1, с.675].

Немаловажную роль в конкурентоспособности играет и финансово – хозяйственная деятельность организации (таблица 1).

Таблица 1.

Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности ООО «Пятерочка» за 2016 - 2018 гг.

Показатели	Ед. изм.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Откл.
					2017/2016 гг.
Уставной фонд	тыс. руб.	650	650	650	0
Выручка от реализации	млрд. руб.	201	317	585	+170
Собственный капитал	тыс. руб.	2500	2750	2890	+250
Годовой фонд оплаты труда	тыс. руб.	15500	20000	26000	+4500
Себестоимость продукции	тыс. руб.	23176	32044	32976	+8868
Прибыль от реализации продукции	тыс. руб.	14000	26200	29000	+12200
Чистая прибыль	тыс. руб.	112075	121517	141559	+9442
Издержки обращения	тыс. руб.	15750	22000	23400	+6250
Затраты на персонал	тыс. руб.	11000	14000	14300	+3000

4. Финансово-хозяйственная деятельность предприятия зависит от многих факторов (ресурсы, условия и др.), причем влияние и сравнительная характеристика не всех из них поддаются формализованной оценке. С позиции возможности такой оценки принято выделять трудовые, материальные и финансовые ресурсы предприятия [3].

Анализируя расходы организации «Пятерочка», можно отметить, что большинство всех затрат приходится на статьи:

- затраты на персонал;
- повышение качества реализуемой продукции.

Возможно уменьшение расходов по этим статьям следующими методами. При оптимизации торговых площадей предприятию необходимо сдавать часть площадей в аренду.

Затраты на персонал возможно снизить двумя способами:

- сокращение рабочего времени - на предприятии введена почасовая оплата рабочего времени. При его уменьшении, уменьшается и фонд оплаты труда. Но можно ввести и дифференцированный график, то есть разные часы работы магазина в различные дни недели.
- сокращение численности работников организации.

Критерии предъявляемые к товару:

- а) товар имеет безусловное и постоянное качество;
- б) товар востребован покупателем (присутствует в большинстве торговых точек города);
- в) товар удовлетворяет запросам покупателей и компании по цене;
- г) товар поставляется поставщиком бесперебойно;
- д) товар имеет штрих-код.

На предприятии должны предусматриваться мероприятия по повышению конкурентоспособности. В общем плане эти мероприятия могут быть следующего характера:

- увеличение скорости обслуживания клиентов - необходимо расширить обязанности работников: уменьшение перерывов во время праздничных дней, (когда спрос увеличивается);
- улучшение качества обслуживания клиентов - вежливое обращение с клиентами;
- продажа излишнего оборудования и другого имущества или сдача его в аренду;
- снижение себестоимости продукции за счет более рационального использования материальных ресурсов, производственных мощностей и площадей, рабочей силы и рабочего времени;
- расширение рынка продаж - открытие новых магазинов сети;
- проведение масштабной и эффективной политики в области подготовки персонала, что представляет собой особую форму вложения капитала - следует отправлять работников на повышение квалификации;
- оптимизация логистической системы;
- повышение качества реализуемой продукции [2, с.326].

Прежде всего, необходимо больше внимания уделять повышению скорости движения оборотных средств, сокращению всех видов запасов, добиваться максимально быстрого продвижения готовых изделий от производителя к потребителю;

- улучшать качество выполняемых работ, что приведет к конкурентоспособности и заинтересованности выбора данного организации заказчиками работ; так же не последнюю роль занимает увеличение объема производства выполняемых работ за счет более полного использования производственных мощностей организации;
- сокращение затрат на производство за счет повышения уровня производительности труда, материалов, топлива, электроэнергии, оборудования;
- строгое соблюдение заключенных договоров на выполнение работ - нужно проводить анализ поставщиков и на основе этого выбирать: с кем заключать договора, а с кем - нет.

Для решения выявленных проблем можно предложить следующие мероприятия (таблица 2).

Мероприятия для решения выявленных проблем в ООО «Пятерочка»

Проблема	Пути решения
1 Нехватка сотрудников в торговом зале	При анализе структуры товарооборота было выявлено, что наибольшую долю товара «Алкогольные напитки». Так как группа товаров «Алкогольные напитки» магазинам наибольший процент прибыли и имеет высокий резерв ее увеличения, необходимо проведение предпродажной консультации покупателей. Для этого необходимо ввести должность консультанта по алкогольной продукции, который будет помогать покупателям с выбором.
2 Долгое обслуживание на кассе	Сократить время обслуживания на кассе можно с помощью оборудованной кнопки вызова другого кассира.
3 Недостаточная вежливость персонала	Каждому сотруднику необходимо предоставить для повторного ознакомления с сервисным диалогом Компании. Контроль соблюдения сервисного диалога будет осуществляться тайными покупателями. Так как соблюдение сервисного диалога прописано в должностных инструкциях всех сотрудников, несоблюдение предложенных Компанией правил отразится на их заработной плате. В настоящий момент заработная плата персонала Компании состоит из оклада и премиальной части, которая составляет 20% от оклада. Премия зависит от выполнения магазином плана по списанию. Предлагается поставить премиальную часть заработной платы в зависимость и от показателя нарушений сервисного диалога.

Общий экономический эффект вышеуказанных мероприятий составил 448364,24 руб.

Список литературы:

1. Арустамов Э.А., Пахомкина А.Н., Митрофанова Т.П. Организация предпринимательской деятельности: Учебное пособие. – 2-е изд., испр. – М.: Дашков и К, 2013.
2. Злобина Н.В. Экономика качества: учебное пособие. – ТГТУ, 2011.
3. Парамонова Т.И., Красюк И.В. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли/ Учебное пособие. – М.: Изд-во КноРус, 2015.
4. Лифиц И.М. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: 2015.