

15.03.2024
Очная форма обучения
Группа ТЭК ½
Маркетинг

Вид занятия: практическая работа

Преподаватель: Козий К.Ю

Выполнение работы

1. Внимательно изучите инструкционную карту практической работы и последовательно выполните предложенные задания.

2. В тетради для практических работ необходимо оформить отчёт по практической работе, который должен содержать:

- тему и цель практической работы;
- краткое описание каждого задания;
- выполненное задание;
- алгоритм расчёта показателей;
- расчеты следует проводить с точностью до сотых;
- краткий вывод по результатам проведенной работы.

3. Сделать фото выполненной работы и отослать преподавателю на проверку на электронную почту: kirill.kozij@gmail.com

Оценку по практической работе студент получает с учетом срока выполнения работы, при условии, что расчеты выполнены правильно и в полном объёме.

Список рекомендованной литературы
(Электронная библиотека техникума)

1. Маркетинг Ильичева И.В. 2010
2. Маркетинг в ресторанном бизнесе Маюрникова Л.А., 2014
3. Маркетинг в ресторанном бизнесе Ильичева И.В. 2010

Практическая работа №5

Тема «Определение конкурентоспособности товара и фирмы»

Цель – освоить методику определения конкурентоспособности товара и фирмы

Задание: самостоятельно выбрать предприятие, на основании предложенной методики провести оценку интегрального показателя конкурентоспособности.

Теоретический материал

Конкурентоспособность - свойство объекта, характеризующее степень реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по

сравнению с лучшими аналогичными объектами, представленными на данном рынке.

Выражением конкурентоспособности предприятия является продукция (услуги), которую оно изготавливает (предлагает).

Параметры конкурентоспособности - это количественные характеристики свойств товара, которые учитывают отраслевые особенности оценки его конкурентоспособности.

Различают отдельные группы параметров конкурентоспособности: *технические, экономические, нормативные* (разных типов).

Технические параметры являются характеристикой технических и физических свойств товара, которые определяют особенности отрасли и способы его использования, а также функции, которые выполняет товар в процессе его использования.

Экономические параметры определяют уровень расходов на производство и цену потребления через расходы на покупку, обслуживание, потребление, утилизацию товара.

Нормативные параметры определяют соответствие товара нормам, стандартам и требованиям, установленными законодательством и другими нормативными документами.

Показатели конкурентоспособности - это совокупность системных критериев количественного оценивания уровня конкурентоспособности товара, которые базируются на параметрах конкурентоспособности.

В последнее время особую актуальность приобретает *метод определения конкурентоспособности на основе теории конкурентных преимуществ М. Портера*.

Внешнее конкурентное преимущество - это преимущество в свойствах продукции, которое формирует «ценность для покупателя» вследствие полного удовлетворения его потребности. Это преимущество увеличивает «рыночную» силу предприятия, поэтому оно может заставить рынок поднять цену продажи по сравнению с приоритетным конкурентом, который не обладает таким преимуществом. Оценкой такой силы можно считать *эластичность спроса по цене*.

Внутреннее конкурентное преимущество - это преимущество в издержках производства, которое формирует «ценность для производителя» вследствие более высокой производительности. Внутреннее преимущество обеспечивает фирме значительную устойчивость к снижению цены продаж, которая может быть навязана рынком или конкурентом, а также более высокую рентабельность.

Формирование конкурентоспособности потенциала (КСП) происходит на основе трансформации конкурентных преимуществ элементов моделей потенциала в КСП предприятия, то есть: $Knp \Rightarrow KСП$

Интегральный показатель конкурентных преимуществ соответствующего потенциала характеризует его потенциальную конкурентоспособность.

Методические указания по выполнению работы

1. Расчет технических параметров конкурентоспособности продукции

Расчет *единичного показателя конкурентоспособности* осуществляется по формуле:

$$q_i = \frac{P_i}{P_{i0}} * 100\%$$

где q_i - *единичный показатель конкурентоспособности по i -му параметру* ($i = 1, 2, \dots, n$);

P_i - *величина i -го параметра для продукции, которая анализируется*;

P_{i0} - *величина i -го параметра, при котором потребность удовлетворяется полностью (например, аналога или товара-конкурента)*;

Расчет *группового показателя* по **техническим параметрам** (кроме нормативных) осуществляется по формуле:

$$I_{\text{тп}} = \sum_{i=1}^n q_i * a_i,$$

где: $I_{\text{тп}}$ - *групповой показатель конкурентоспособности по техническим параметрам*;
 a_i - *вес i -го параметра в общем наборе из n технических параметров*.

Коэффициенты весомости показателей определяются *экспертным путем*.

Полученный групповой показатель характеризует степень соответствия данной продукции существующим потребностям по всему спектру технических параметров. Чем он выше, тем полнее удовлетворяются потребности покупателя.

2. Расчет конкурентоспособности продукции на основе нормативных показателей

При оценке по нормативным показателям *единичный показатель* принимает только два значения - 1 или 0. Если продукция, которая анализируется, удовлетворяет обязательным нормам и стандартам, показатель равняется 1; если нет - нулю.

Этот метод не учитывает вес каждого параметра в общем показателе конкурентоспособности.

Расчет группового показателя по нормативным показателям проводится по формуле:

$$I_{\text{нп}} = \sum_{i=1}^n q_{ni},$$

где $I_{\text{нп}}$ - *групповой показатель конкурентоспособности по нормативным параметрам*;

q_{ni} - единичный показатель конкурентоспособности по i -му нормативному параметру.

3. Оценка конкурентоспособности продукции по экономическим показателям

Оценка конкурентоспособности продукции по экономическим показателям требует расчетов полных расходов потребителя по формуле:

$$З = З_c + \sum_i^T C_i,$$

где $З$ - полные расходы потребителя на приобретение и использование товара;

$З_c$ - разовые расходы на приобретение продукции (цена, транспортировка, таможенные тарифы и расходы, наладивания, пробный запуск);

C_i - средние суммарные расходы на эксплуатацию продукции в i -м году ее службы;

T - срок службы;

i - год службы.

Расчет *группового показателя* по экономическим показателям осуществляется по формуле:

$$I_{\text{гп}} = \frac{З}{З_0},$$

где $I_{\text{гп}}$ - групповой показатель по экономическим параметрам;

$З$ и $З_0$ - полные расходы потребителя соответственно для оцениваемой продукции и аналога.

4. Расчет интегрального показателя конкурентоспособности продукции

Интегральный показатель конкурентоспособности продукции рассчитывается по формуле:

$$K = I_{\text{гп}} * \frac{I_{\text{тп}}}{I_{\text{гп}}}$$

где K - интегральный показатель конкурентоспособности анализируемой продукции относительно изделия-аналога. Если $K > 1$, то товар, который исследуется, лучше аналога (базового), $K=1$ - конкурентоспособность товаров одинакова, $K < 1$ - продукция уступает базовой или продукции конкурента.

5. Расчет показателей эффективности маркетингового потенциала (ЭМП)

Критерии и показатели оценки конкурентоспособности маркетингового

потенциала предприятия приведены в таблице.

Рентабельность продаж (РП), %	$РП = П \text{ реал} / ВР, \%$, где П реал – прибыль от реализации продукции, ВР - выручка от реализации, или объем продаж	Характеризует степень доходности предприятия на рынке, оптимальность цен
Коэффициент затоваренности готовой продукцией (КЗ)	$КЗ = Q \text{ нр.п} / Q \text{ пр. пл.}$, где Q нр.п. – объем нереализованной продукции, Q пр. пл. – объем плановых продаж, (ВР)	Характеризует степень затоваренности готовой продукцией. Его увеличение свидетельствует о снижении спроса
Коэффициент загрузки производственных мощностей (КМ)	$КМ = Q \text{ произв.} / М$, где Q произв. – объем производства, М – производственная мощность	Показывает деловую активность, эффективность работы службы сбыта
Коэффициент эффективности рекламы и способов стимулирования сбыта (КР)	$КР = 3 \text{ р, ст} / \Delta П \text{ реал.}$, где 3 р, ст – затраты на рекламу и стимулирование сбыта, $\Delta П \text{ реал.}$ – прирост прибыли от реализации	Показывает экономическую эффективность рекламы и способов стимулирования сбыта

Каждый из приведенных показателей имеет разную степень важности для определения коэффициента конкурентоспособности потенциала, поэтому оценка проходит следующим образом:

$$КМП = 0,36 * РП + 0,29 * КЗ + 0,21 * КМ + 0,14 * КР$$

где **РП** - относительный показатель рентабельности услуг;

КЗ - относительный показатель избытка свободных средств;

КМ - относительный показатель загрузки производственных мощностей;

КР - относительный показатель эффективности рекламы и стимулирования услуг.

6. Расчет интегрального показателя конкурентоспособности фирмы

Таким образом, коэффициент КСП фирмы может быть определён методом средневзвешенной арифметической:

$$ККСП = 0,3 * КМП + 0,7 * КТ$$

где **ККСП** - коэффициент конкурентоспособности потенциала предприятия;

КМП - значение критериального показателя эффективности маркетингового потенциала;

КТ - интегральный показатель конкурентоспособности продукции

Преподаватель: Козий Кирилл Юриевич