



КУРСОВА РАБОТА

ПО

ПРОИЗВОДСТВЕН МЕНИДЖМЪНТ

НА ТЕМА:

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА

ВИТТА ФУУДС ООД

Изготвил:

Проверил:

София, 2018

УВОД

Проблемът по създаване на конкурентни предимства и оценка на конкурентоспособността на предприятията, и методите за тяхното подобряване, са от голямо значение за развитие на производствата на местно, регионално и световно равнище. Трябва да се посочи, че оценката на конкурентоспособността в много случаи е субективна и не дава количествен резултат.

Целта на курсовата работа е да се разработят мерки за формиране на конкурентни предимства на конкретно предприятие въз основа на анализ на неговата конкурентоспособност.

1. Общи характеристика на предприятието

Днес „Витта Фуудс“ ООД е един от най-големите производители на замразени полуготови продукти и има водеща позиция на пазар в Южна и Западна България¹. В Пловдивски регион компанията е абсолютен лидер и притежава 31% от пазара на тестени продукти. Пазарът на тестени продукти в България възлиза на около 100 хиляди тона (100-105 милиона лв).

Основната мисия на компанията е да произвежда качествени продукти. С оглед нейното изпълнение неговото спазване „Витта Фуудс“ ООД прилага политиката за управление на качеството.

В завода е създаден качествен процес като е изградена собствена лаборатория, която извършва 100% качествен контрол на продуктите през целия технологичен цикъл. Освен това постоянно се провеждат независими дегустации с пряко участие на потребителите на продукти. Дружеството има гореща линия по въпросите на качеството. През септември 2017 г. системата за управление на качеството на компанията е сертифицирана по стандарт ISO 9001: 2000 от NQA (Великобритания).

Дистрибуторската мрежа включва повече от 5 големи града. Фирмата провежда активна регионална политика: осигурява популяризиране на своите продукти в регионите и във всеки град си сътрудничи с надеждни и постоянни партньори.

Участието в потреблението на замразени полупродукти в България надхвърля 80%. Капацитетът на българския пазар е 101 - 150 хиляди тона годишно. Растежът на пазара е 10-15%².

¹https://www.regal.bg/novini/bulgaria/2008/02/13/458594_vitta_fuuds_predstavi_nova_gama_zamrazeni_testeni/

² <http://www.bread-industrial.org/market.html>

**Таблица 1 Структура на пазара на замразени полуфабрикати на
ключовите участници играчи**

Водещи участници на пазара	на Дял %	Водещите играчи на пазара на тесто	на Дял %
Симид София	3.1	Симид София	7.3
Витта Фуудс	3.3	Витта Фуудс	5
Кралекс	2.4	Магре	4.5
Магре	1.9	Яна 1	2.8

Асортиментът на фирмата включва всички традиционни категории замразени полуготови продукти: видове макарони, пълнени палачинки, нарязани полуфабрикати, тесто и други.

Компанията има целта да произвежда хранителни продукти, които изискват минимално време за приготвяне и винаги са на разположение в дома на потребителите.

2. Анализ на конкурентната среда на компанията

Преди световната финансова криза през 2008 г. пазарът в България на замразени полупродукти (PPF) е нараснал с повече от 20% на годишна база в стойностно изражение³. Според официални данни през 2015 г. пазарът е добавил 22.7%, през 2016 г. - 23.6%, а за през предходната година, според предварителните изчисления, резултатът е скромнен - 18-19%. Обемът на пазара през 2017 г. е бил около 400 млн. лева и 698 млн. тона. Очаква се през 2018 г. капацитетът му да бъде около 0,6-0,8 млрд лева, но тази цифра ще намалее леко, защото се очаква намаляване на курса на долара.

През 2019 г. ръстът на пазара ще бъде още по-скромнен: анализаторите прогнозираят 10-12%. Продуктите, които обикновено се наричат ZPF са разделени на сегменти като ravioli, палачинки, вареници, готови ястия и месни полуфабрикати.

Динамиката на пазара на полуфабрикати зависи силно от развитието на техните компоненти, които в стойностно изражение са 50.9%. Например, през 2016 г. нарастването на търсенето на PPF е било 45.4%, което се дължи на ръста в сектора на макарони и полуготови ястия. Приносът на останалите сегменти е много по-малък: например, броят на месните полуфабрикати е 19.6%, палачинки - 15.2%, пица - 6.8%.

³ The World Bank (2012), The International Finance Corporation. Doing Business 2013. Economy Profile: Czech Republic, Washington D.C., 116 p.