

рентной среде является куда более значительной потерей, нежели убытки (материальные убытки можно компенсировать со временем, а возврат предприятию имиджа очень часто представляется невыполнимой задачей, требующей немалых расходов ресурсов и усилий).

Итак, для улучшения системы управления операционной деятельностью, а именно совершенствование функционирования операционной системы на КП «Полтаваэлектроавтотранс» необходимы такие нововведения: 1) для налаживания связей между планово-управляющей и другими подсистемами (связи с органами власти): пересмотреть принятый договор между предприятием и полтавским горисполкомом, для уточнения позиций функционирования предприятия; скорректировать с городскими властями заказы на транспорт, так как имеющийся пассажиропоток не всегда совпадает с плановым; повысить уровень координации между местными органами власти и предприятием; 2) для повышения эффективности работы собственно планово-управляющей подсистемы: сбор информации об изменениях спроса на услуги перевозки (суточные, недельные, сезонные); внедрить эффективное и оптимальное распределение средств между подразделениями предприятия; 3) для повышения эффективности работы обеспечивающей подсистемы: увеличить размер финансирования; совершенствование системы логистики в управлении транспортом на маршрутах; найти новых партнеров, поставщиков, инвесторов; обновление транспортного парка.

УДК 664.143

**А. Кадет**

(Республика Беларусь)

Научный руководитель: М.И. Латушко, к.в.н., доцент

Белорусский государственный аграрный технический университет

## **АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЗИЦИИ ОАО «КРАСНЫЙ ПИЩЕВИК» НА РЫНКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

ОАО «Красный пищевик» является одним из ведущих производителей кондитерских изделий в Республике Беларусь. Основным предметом деятельности предприятия является производство пастиломармеладных изделий, халвы, ириса, драже, конфет с желевыми корпусами, белорусских сладостей (арахиса с пряностями). В ассортиментную линейку входят более 127 разновидностей, обладающих уникальными вкусовыми качествами, пищевой и биологической ценностью. Производственные мощности позволяют выпускать более 19 тысяч тонн кондитерских изделий в год.

ОАО «Красный пищевик» изготавливает эти сладости по уникальным технологиям, которые представляют собой бесспорное преимущество перед конкурентами. Ведется работа по расширению ассортимента продукции с учетом требований рынка, усовершенствованию упаковочных материалов и дизайна. 98% выпускаемой продукции сертифицировано в системе сертификации Госстандарта России и 100% — в национальной системе сертификации Республики Беларусь.

Однако, текущие тенденции развития рынка требуют полного учета внешних факторов влияния на ОАО «Красный пищевик». Одним из самых значимых факторов внешней среды прямого воздействия являются конкуренты.

Производство сахаристых кондитерских изделий в Республике Беларусь осуществляют около 13 предприятий, 8 из которых входят в концерн «Белгоспищепром». Это «Красный пищевик», «Красный мозырянин», «Спартак», «Коммунарка», «Конфа», «Ивкон», СООО «Первая шоколадная компания», ОАО КФ «Слодыч».

Доля компаний в зависимости от объема поставок продукции на внутренний рынок представлена на рисунке 1.

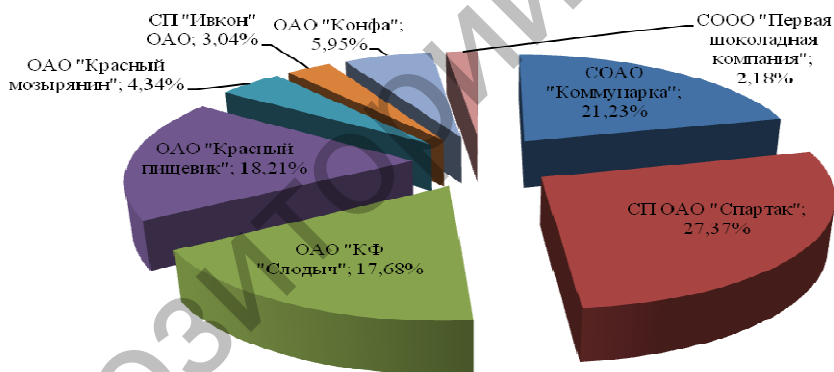


Рисунок 1 — Доля компаний в зависимости от объема поставок продукции на внутренний рынок Республики Беларусь в 2015 году

Наибольшую долю рынка по объему отгрузки в 2013 г. занимает СП ОАО «Спартак» — 27,4%. В тройке лидеров также СООАО «Коммунарка» — 21,2% и ОАО «Красный пищевик» — 18,2%.

В таблице 1 отражены объемы производства и поставки продукции ОАО «Красный пищевик» и основных конкурентов.

Таблица 1 — Объем производства и поставки кондитерских изделий ОАО «Красный пищевик» и основных конкурентов, тонн

Наименование предприятия	Производство, т			Поставка, т		
	2014	2015	Темп роста, %	2014	2015	Темп роста, %
СП ОАО «Спартак»	25 844,0	22 699,0	87,8	25 143,0	23 021,0	91,6
ОАО «Коммунарка»	18 651,0	17 520,0	93,9	17 423,0	17 844,0	102,4
ОАО «Красный пищевик»	14 897,6	13 140,6	88,2	14 484,6	13 421,4	92,7
ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч»	13 134,2	12 015,0	91,5	11 667,6	12 825,3	109,9
ОАО «Ивкон»	6 798,0	5 658,0	83,2	6 781,0	5 625,0	83,0
ОАО «Конфа»	5 127,0	4 168,0	81,3	5 140,0	4 162,0	81,0
ОАО «Красный мозырнин»	3 694,0	3 247,0	87,9	3 640,0	3 231,0	88,8
СООО «Первая шоколадная компания»	1 694,0	1 675,0	98,9	1 693,0	1 657,0	97,9

Таким образом, снижением объема производства в 2015 г. характеризуются все рассмотренные организации. Объемы отгруженной продукции на внутренний и внешние рынки выросли в 2015 г. только у ОАО «Коммунарка» (+2,4%) и ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч» (+9,9%).

На деятельность кондитерской отрасли Республики Беларусь, и ОАО «Красный пищевик» в частности, большое влияние оказывают конкуренты и покупатели. Чем больше появляется новых поставщиков и производителей кондитерских изделий, тем больше конкуренция за покупателей. Также значительное влияние на спрос оказывают товары-субституты. Таким образом, при разработке маркетинговой стратегии предприятия больше внимания следует уделить программе продвижения продукции на внутреннем рынке, формированию лояльного отношения покупателей к продукции предприятия.

Рынок кондитерских изделий Республики Беларусь, не содержащих какао, характеризуется высоким уровнем конкуренции, при этом 58% доли рынка занимают компании-производители Республики Беларусь, 42% приходится на импорт. На рынке сосредоточено большое количество покупателей, спрос на кондитерские изделия, со стороны которых в последние годы немного упал, что связано с падением реального дохода населения.