

УДК 336

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОАО «МИНСКИЙ МОЛОЧНЫЙ ЗАВОД №1»

Титова И., студент,

Сырокваш Н.А., ст. преподаватель

*Белорусский государственный аграрный технический университет,
г. Минск, Беларусь*

Конкурентоспособность предприятия – это совокупность характеристик, включающих в себя: захваченную предприятием долю рынка, способность предприятия к производству, сбыту и развитию, способность высшего звена руководства к реализации поставленной цели.

Маркетинговая деятельность вносит свой вклад в повышение конкурентоспособности предприятия. Для обеспечения конкурентоспособности необходимо повышать качество продукции и при этом обеспечивать доступные цены на продукцию, повышать узнаваемость бренда и улучшать имидж предприятия.

На современном этапе развития экономики успешное функционирование предприятия стало практически невозможным без хорошо организованной комплексной маркетинговой деятельности. Маркетинговой деятельностью является комплекс мероприятий управленческого и организационного вида, направленный на сбытовую политику продукции предприятия. Задача маркетинговой деятельности заключается в расширении, развитии рынка услуг и товаров, посредством удовлетворения потребностей потребителя, вследствие чего повышается конкурентоспособность организации.

Товар занимает важное место в комплексе маркетинга. Товар – все то, что может удовлетворить нужду или потребность и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления. Именно он должен удовлетворять реальные нужды и потребности человека, а маркетинг должен помочь каждому производителю выявить и обеспечить их удовлетворение лучше, чем это делают конкуренты.

На протяжении многих лет «Минский молочный завод № 1» производит молочную продукцию из натурального коровьего молока и остается лидером молочной отрасли Республики Беларусь. В структуру ОАО «Минский молочный завод №1» входят следующие производственные цеха: молочной продукции, цех цельномолочной и диетической продукции, цех детского питания, а также вспомогательные и обслуживающие цеха и участки.

Продвижение продукции — это одна из главных составляющих комплекса маркетинга, которая позволяет значительно повысить объемы реализации продукции.

Предприятию необходимо повышать свой уровень конкурентоспособности, для чего необходимо более активно продвигать свою продукцию на рынке, использовать разработанную для них упаковку выполненную в едином стиле, давать рекламу своего предприятия, чего ОАО «Минский молочный завод №1» не делает. Реклама является одним из важнейших видов деятельности, с помощью которого предприятие передаёт информацию, убеждающую потребителя в целесообразности приобретения) её товара.

В ходе анализа маркетинговой деятельности предприятия были выявлены следующие проблемы:

– малое количество специалистов в отделе, что влияет на эффективное функционирование отдела, четкое распределение функций между сотрудниками;

- устаревший сайт;
- устаревший дизайн продукции.

Для решения данных проблем предприятию необходимо:

- увеличить отдел маркетинга, в состав которого будет входить как минимум 10 специалистов (на данный момент всего 2 специалиста в отделе). Это позволит более эффективно реализовать стратегию маркетинга. Для эффективного функционирования отдела необходимо четко распределить функции между специалистами, пересмотреть должностные инструкции специалистов и откорректировать их в соответствии с функциями и задачами отдела.

- усовершенствование официального сайта предприятия. В настоящее время количество новых сайтов увеличивается с невероятной скоростью. Именно поэтому, основной задачей, ставящейся при разработке сайта – сделать его максимально привлекательным для потенциальных пользователей и придать ему индивидуальность. На заре развития интернета можно было привлечь достаточно большое количество посетителей на сайт, не прикладывая к его разработке больших усилий и без особых материальных затрат. Сейчас же, в условиях возросшей конкуренции, функциональность сайта, его стиль и запоминаемость играют очень большую роль. Ведь независимо от того создается сайт для представления какой-либо фирмы или просто для заработка на рекламе, основной его функцией является привлечение как можно большей аудитории. Так же предлагаю предприятию ОАО «Минский молочный завод №1» разработать собственный слоган и логотип. Слоган и логотип — важнейшие составляющие брендинга любой организации. Оба элемента несут определенные идеи и ценности, а также транслируют настроение.

– редизайн упаковки продукции. Тенденции рынка молочной продукции постоянно меняются, и от этого напрямую зависит покупательский спрос на тот или иной продукт. На сегодняшний день покупатель зачастую уделяет большое внимание внешнему виду продукта: чем он ярче и привлекательнее, тем больше вероятности роста продаж. Также необходимо учитывать эпидемиологическую ситуацию в стране и изменения спроса потребителей.

Таким образом, были определены основные пути повышения конкурентоспособности для ОАО «Минский молочный завод №1». При выполнении предложенных мероприятий повысится спрос продукции данного предприятия, что и свидетельствует об высоком профиле конкурентоспособности данного предприятия.

Список использованных источников

1. Государственная программа «Аграрный бизнес» на 2021–2025 гг.: пост. Совета Министров Респ. Беларусь, № 59 от 11.02.2021 // Аналитическая правовая система «Бизнес–инфо» [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: [www. business–info.by](http://www.business-info.by). – Дата доступа: 12.03.2024.