

УДК 658.8.012.12

**НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ
ФИЛИАЛА «НОВОПОЛОЦКИЙ ХЛЕБОЗАВОД» ОАО «ВИТЕБСКХЛЕБПРОМ»****Н.Н. ГОЛОВИНА***(Представлено: канд. тех. наук, доц. М.Ж. БАНЗЕКУЛИВАХО)*

Рассмотрена актуальность вопроса конкурентоспособности продукции, раскрыты основные проблемы, препятствующие обеспечению конкурентоспособности продукции филиала «Новополоцкий хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром», обозначены возможные пути их решения в современных рыночных условиях хозяйствования.

В настоящее время перед белорусскими предприятиями стоит проблема повышения конкурентоспособности своей продукции. На внутреннем и внешнем рынках существует достаточное количество конкурентов, что затрудняет продукции белорусских предприятий занимать лидирующие позиции в отрасли специализации того или иного предприятия.

Проблема обеспечения и повышения качества продукции (работ, услуг) решается не только на уровне субъектов хозяйствования и отраслей, но и на высшем государственном уровне, особенно сегодня, когда запросы и требования покупателей постоянно повышаются. Для того чтобы в непростых условиях глобальной конкуренции занимать ведущие позиции, необходимо ориентироваться на качество и инновации. Именно качество является одним из ключевых факторов, оказывающие существенное влияние на динамичное развитие экономики любой страны, ее престиж на международной арене, а также на решение задач по повышению жизненного уровня каждого человека.

В качестве объекта исследования конкурентоспособности продукции был представлен филиал «Новополоцкий хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром».

В результате анализа деятельности данной организации было выявлено, что основными проблемами, препятствующими обеспечению конкурентоспособности ее продукции, являются:

- неэффективная маркетинговая политика;
- ограниченный срок годности выпускаемой продукции;
- большой износ основных производственных средств;
- неполная загрузка производственных мощностей;
- ограниченный рынок сбыта продукции.

Рассмотрим обнаруженные проблемы более полно.

1. Неэффективная маркетинговая политика. Развитие маркетинговой политики является неотъемлемой частью функционирования любой коммерческой организации особенно в условиях динамично изменяющейся рыночной среды. По результатам анализа деятельности филиала «Новополоцкий хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» было выявлено, что маркетинговая политика является неэффективной.

При постоянном давлении конкурентов очень сложно поддерживать постоянный спрос на свою продукцию. Поэтому данной организации необходимо проводить качественную и грамотную рекламу своей продукции для постоянного поддержания уровня спроса на нее на рынке. Следует грамотно подходить к этому вопросу, используя как аудио- и видеорекламу на радио и телевидении, так и печатные средства массовой информации (СМИ), Интернет. Немаловажную роль должен играть сайт организации, на котором следует своевременно размещать информацию о новых видах продукции в ассортименте, составе продукции, условиях поставки и т.п.

Для повышения потребительского интереса и завоевания большей доли рынка организации необходимо провести следующие мероприятия:

а) Проведение маркетинговых исследований для тщательного изучения конъюнктуры рынка. Любая коммерческая организация всегда будет ориентироваться на спрос потребителей. Проведение различных видов анкетирования или опросов создает достаточно мощную информационную базу, позволяющую организации выявлять запросы и требования потребителей к ее продукции, а также некие слабые стороны, способствующие дальнейшему принятию соответствующих управленческих решений по их предотвращению. Грамотный анализ собранных данных маркетинговых исследований дает возможности проведения последующих мероприятий, направленных на популяризацию своей продукции;

б) Проведение рекламной кампании. Филиал «Новополоцкий хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» – государственная организация, рекламу на продукцию которой можно редко увидеть в СМИ.

Возможными рекламными мероприятиями для филиала «Новополоцкий хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» могут стать:

- запуск рекламных роликов на телевидении и радио;
- использование рекламных объявлений в печатных СМИ;
- проведение дегустаций в магазинах;
- использование баннерной рекламы и др.

Следует делать акцент на такие параметры, как натуральный состав продукции, высокое качество и разумная цена продукции. В настоящее время на первое место становится пропаганда здорового образа жизни, что также можно использовать при проведении рекламных мероприятий, делая акцент на натуральность выпускаемой продукции;

в) Разработка современной упаковки. Это позволит привлечь внимание новых потребителей и, соответственно, увеличить сбыт. Необходимо сделать новую, более яркую и заметную упаковку, использовать современные экологически чистые материалы, изменить дизайн самой упаковки, используя более интересные и необычные рисунки, шрифты, надписи и т.п. Яркие цвета позволят не остаться продукции незамеченной на полках магазинов [1, 2].

2. Ограниченный срок годности выпускаемой продукции. С постоянным развитием инновационных технологий в современном мире стоит задуматься о расширении степени их использования на филиале «Новополоцкий хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» для обеспечения конкурентоспособности своей продукции на рынке. Существуют добавки, способные дольше сохранять свежесть хлебопродукции и, тем самым увеличивать срок годности. Увеличение срока годности позволит расширить рынки сбыта продукции организации за счет того, что она будет иметь товарный вид и после доставки ее в отдаленные регионы, а также дольше будут сохраняться вкусовые свойства и качество продукции. Увеличение срока годности также дает возможность расширения ассортимента выпускаемой филиалом «Новополоцкий хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» продукции.

Постоянное совершенствование технологии позволит организации сократить затраты на производство, оптимизировать технологический цикл изготовления продукции, т.е. обеспечить более быстрый процесс изготовления и выпуска продукции, что имеет положительный эффект и обеспечивает повышение уровня ее качества.

3. Большой износ основных производственных средств и неполная загрузка мощностей. По результатам произведенных исследований было выявлено, что основные производственные средства, используемые на филиале «Новополоцкий хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром», имеют слишком большой износ и, следовательно, не отвечают современным условиям инновационного развития экономики. На полную модернизацию организации с целью обеспечения выпуска высококачественной конкурентоспособной продукции, необходимо достаточное количество времени и финансовых инвестиционных вложений, поэтому стоит начинать ее постепенно, начиная не с самых используемых линий, чтобы не полностью останавливать производство. Наряду с модернизацией организации, необходимо внедрять в производственный процесс инновационные разработки, как продуктовые, так и процессные.

4. Неполная загрузка производственных мощностей. На филиале «Новополоцкий хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» также остро стоит проблема неполного использования имеющихся производственных мощностей. Имеются возможности полностью загружать оборудование за счет расширения ассортимента выпускаемых видов продукции.

5. Ограниченный рынок сбыта продукции. Ввиду того, что на рынке хлебопродуктов имеет место постоянное появление новых конкурентов, филиалу «Новополоцкий хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» необходимо постоянное расширение рынка сбыта. Основными потребителями кондитерской и хлебобулочной продукции данной организации являются жители города Новополоцка (85%). На рынок Полоцкого района поставляется 10% от производимой продукции, 4,5% реализуется на рынках Витебской области и 0,5% – в Российской Федерации. Продукция филиала «Новополоцкий хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» достаточно популярна в Российской Федерации, что дает возможность реализации кондитерских изделий в данном регионе в достаточно большом объеме.

Таким образом, в сегодняшних условиях рыночного хозяйствования, для повышения конкурентоспособности своей продукции, перед филиалом «Новополоцкий хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» стоят задачи, требующие незамедлительных решений, а именно: проведение маркетинговых исследований для выявления потребительских предпочтений покупателей его продукции, расширение ассортимента выпускаемой продукции, изменение упаковки, увеличение сроков хранения производимой и реализуемой продукции за счет внедрения новых инновационных технологий, полномасштабная модернизация производства, полная загрузка производственных мощностей, завоевание новых рынков сбыта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бизнес-план филиала «Новополоцкий хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» за 2015 год.
2. Система менеджмента качества. Подбор и обучение персонала филиала «Новополоцкий хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром». – Новополоцк, 2015.