

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

Лапшанкова Н.И.

**Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий
г. Могилев, Беларусь**

Проблема стратегического успеха предприятия, создания и удержания конкурентных преимуществ, повышения прибыли - одна из актуальных и востребованных на практике. Являясь основой для повышения эффективности деятельности и оптимизации финансовых результатов предприятия, маркетинг способствует успешному решению данных задач. Практика маркетинговой деятельности доказывает, что в конкурентной среде использование концепции маркетинга позволяет субъектам рынка наиболее эффективно решать проблему сбыта товаров и услуг. Маркетинг указывает, куда двигаться компании и что ожидать в перспективе.

С целью совершенствования деятельности ОАО «Компания МогНат» для принятия управленческих решений проведено маркетинговое исследование. Проведен анализ результатов производственно-экономической деятельности открытого акционерного общества (ОАО) «Компания МогНат». Основным видом деятельности ОАО «Компания «МогНат» является производство вин плодовых, напитка безалкогольного (кваса), сидра, концентрированных соков. Основными целями организации является сохранение и увеличение доли на рынке, завоевание рынков, получение прибыли за счет удовлетворения спроса со стороны потребителей на продукцию высоких потребительских качеств. Основной стратегией маркетинга ОАО «Компания МогНат» является удовлетворение требований потребителя к качеству выпускаемой продукции. Главное условие - сохранение и расширение рынков сбыта, получение прибыли, стабилизация финансового положения и развитие в интересах потребителей, заказчиков [1].

Выполнение производственной программы по выпуску продукции во многом зависит от обеспеченности предприятия сырьем, основными и вспомогательными материалами, сельскохозяйственным сырьем. Для обеспечения необходимыми материальными ресурсами определяется потребность в них для выполнения производственной программы исходя из доведенного плана производства и утвержденных норм расхода. Для выполнения производственной программы в организации осуществляется заготовка плодов и ягод от сельхозпредприятий и организаций Республики Беларусь. Сырьевыми зонами заготовок плодов и ягод являются хозяйства Могилевской области, население области, предприятия Облпотребсоюза, предприятия системы «Белкоопсоюза»; сахара - сахарные комбинаты, спирта - спиртовые заводы Республики Беларусь.

По результатам анализа отмечено, что наибольший объем реализации продукции имеет вино фруктово-ягодное: в 2021 г. выручка от реализации составила 15361 тыс. руб. или 91,8% к уровню 2020 г. Выручка на одного работающего за этот период составила 158,4 тыс. руб., темп роста – 95,6%. Прибыль от реализации продукции в 2021 г. составила 812 тыс. руб., чистая прибыль – 286 тыс. руб. Рентабельность реализованной продукции составила 10,3%, рентабельность продаж – 5,3% [1].

Исходя из того, что производственные мощности ОАО «Компания «МогНат» расположены на территории Могилевской области, и сбыт продукции в основной своей

массе осуществляется в этом же регионе, выявлены основные конкуренты организации в Могилевской области по производству и реализации вина плодово-ягодного, которыми являются: ООО «Алмаз» (г. Могилев), ОАО «Новогрудский винзавод», ОАО «Гомельский винодельческий завод» [3].

С целью повышения конкурентоспособности и расширения ассортимента производимой продукции и исследования потенциального роста для ОАО «Компания МогНат» проведено маркетинговое исследование. Посредством АВС анализа выявлены товары, которые приносят наибольшую прибыль. В результате маркетингового исследования определены мнения потребителей в сфере ассортимента продукции исследуемой организации.

По результатам анкетирования сделан вывод, что потребителями алкогольной и слабоалкогольной продукции ОАО «Компания МогНат» являются люди обеих полов примерно в равном соотношении возрастной категории от 26 до 35 лет, не имеющие детей. Большинство респондентов покупают алкоголь хотя бы раз в месяц. Невысокий процент потребителей отказываются от покупок алкогольной продукции. Среди факторов в большей степени влияющих на покупку плодового вина оказалось качество товара, на втором месте – цена, на третьем – характеристика продукции. В то время как характеристики «упаковка» и «марка» по результату опроса оказались менее важными. Вино марки «Портвейн» на основе черной смородины оказался продуктом выбора.

Важной особенностью фруктового виноделия является повсеместное распространение и возделывание в Беларуси плодово-ягодных культур. Согласно данным государственной статистики площади плодово-ягодных насаждений в Республике Беларусь в 2022 г. составили 97,1 тыс. га. [2]

В результате выбрана стратегия роста на основе расширения ассортимента выпускаемой продукции за счет внедрения производства портвейна из черной смородины. Для производства напитка винного типа портвейна из черной смородины имеются производственные площади, энергоносители и трудовые ресурсы. Производство напитка винного типа портвейна из черной смородины увеличит объём производства за счет выпуска новых видов продукции. Срок окупаемости инвестиционного проекта по производству напитка винного типа портвейна из черной смородины в ОАО «Компания «МогНат» равен четыре года.

Для достижения поставленных целей и задач организации необходимо улучшить маркетинговую стратегию по продвижению на рынок вина плодового улучшенного качества; провести редизайн внешнего вида выпускаемой продукции; расширить ассортимента выпускаемой продукции за счет внедрения в производство напитка винного типа портвейна из чёрной смородины; снизить затраты на производство выпускаемой продукции; увеличить объемы реализации безалкогольных напитков и кваса.

Список использованных источников

- 1 Бизнес-план предприятия ОАО «Компания МогНат».
- 2 Национальный статистический комитет Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belstat.gov.by>.
- 3 Национальный Интернет-портал Республики Беларусь. [Электронный ресурс] / Официальный сайт ОАО «Компания МогНат». – Режим доступа: <https://mognat.ibiz.by>.