

Савицкая Д. А., Сафонова В. А.

МОУ ВО «Белорусско-Российский университет»

andreevna-03@mail.ru

Научный руководитель: ст. пр. Климова Л. А.

Оценка конкурентоспособности ОАО «Рогачевский молочно-консервный комбинат» на российском рынке

ОАО «Рогачевский молочно-консервный комбинат» является крупнейшим предприятием по производству молочных консервов, цельномолочной продукции, сыров, масла сливочного и продуктов детского питания на территории СНГ. Главной задачей ОАО «Рогачевский молочно-консервный комбинат» является деятельность, направленная на получение прибыли, удовлетворение социальных и экономических интересов членов трудового коллектива, удовлетворение потребностей общества в молочной продукции.

Значительная широта товарного ассортимента для ОАО «Рогачевский молочно-консервный комбинат» является одним из обязательных условий успеха на рынке, поскольку, только расширяя ассортимент, можно в полной мере удовлетворять потребительский спрос различных сегментов рынка, привлечь широкий круг потребителей.

Для определения уровня конкурентоспособности ОАО «Рогачевский молочно-консервный комбинат» на российском рынке был использован метод балльной оценки и применена 10-балльная шкала оценивания, где высокий критерий – 10 баллов, а отсутствия параметра – 1 балл. Оценка конкурентоспособности проводилась по основному виду продукции ОАО «Рогачевский молочно-консервный комбинат» – молочные консервы «молоко цельное сгущенное» [1].

Основную конкуренцию предприятию на рынке Российской Федерации в данной категории представляют:

- ОАО «Алексеевский МКК» (конкурент 1);
- ОАО «Белмолпродукт» (конкурент 2);
- ООО «Промконсервы» (конкурент 3);
- ЗАО «Кореновский МКК» (конкурент 4);
- АО «Верховский молочно-консервный завод» (конкурент 5).

Расчет конкурентоспособности бренда представлен в Таблице 1 [2].

Таблица 1

Расчет конкурентоспособности бренда [2]

Параметр, балл/Бренд	ОАО «Рогачев МКК»	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	Конкурент 4	Конкурент 5
Вкус	10	8	7	7	8	4
Качество	10	8	8	7	8	4
Дизайн упаковки	9	9	7	5	8	5
Соответствие ГОСТу	10	10	5	10	10	10
Разнообразие наполнителей	10	9	1	8	7	1
Разнообразие видов упаковки	10	7	7	7	8	1
Распространение на российском рынке	5	10	8	8	9	8
Общая сумма баллов	64	61	43	52	58	33

Проведенный в таблице анализ показал, что наиболее сильным конкурентом на российском рынке молочных консервов является ОАО «Рогачев МКК», который занимает лидирующие позиции по параметрам вкус, качество, соответствие ГОСТу, разнообразие упаковки и наполнителей, недостатком для предприятия является узкая распространенность своих товаров на российском рынке (из большого многообразия вкусов и видов на российском рынке представлено только 2). Основным конкурентом для ОАО «Рогачевский молочно-консервный комбинат» является ОАО «Алексеевский МКК» и ЗАО «Кореновский МКК», уступая ОАО «Рогачев МКК» в вкусе, качестве, разнообразию упаковок и наполнителей. ООО «Промконсервы» и ОАО «Белмолпродукт» занимают 4 и 5 позиции на российском рынке, так как имеют слабые стороны в виде дизайна упаковки, соответствие ГОСТу и разнообразию наполнителей. Слабым конкурентом на рынке является АО «Верховский молочно-консервный завод» из-за отсутствия разнообразия упаковки и наполнителей, низкого качества, вкуса и непривлекательного дизайна упаковки.

Для достижения наглядности имеющихся сильных и слабых сторон предприятия, сравнения преимуществ компаний на рынке был использован метод многоугольника, построенного на основе Таблицы 1. Многоугольник конкурентоспособности ОАО «Рогачевский МКК» на российском рынке представлен на Рисунке 1.

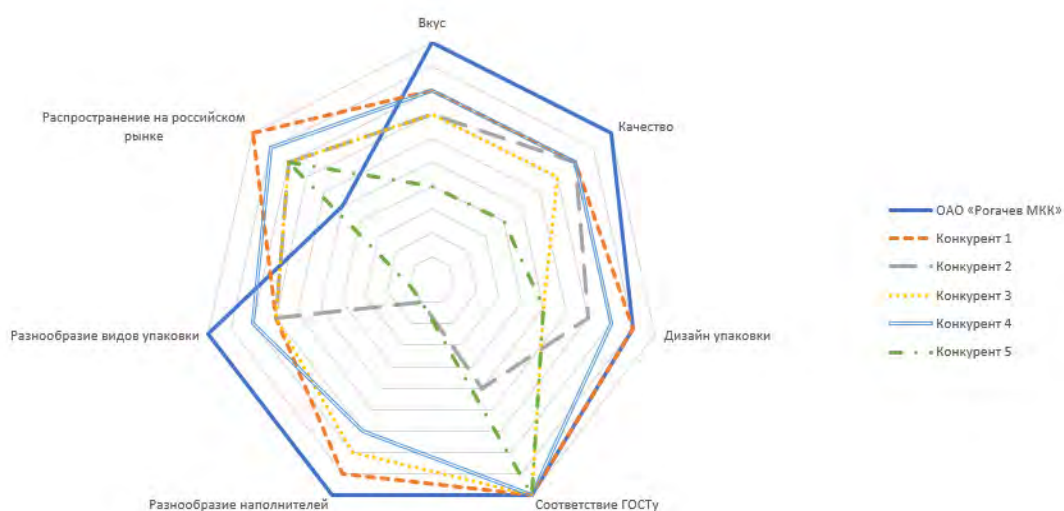


Рис. 1. Многоугольник конкурентоспособности

Анализ конкурентоспособности ОАО «Рогачевский молочно-консервный комбинат» показал, что предприятию для улучшения конкурентных позиций на российском рынке необходимо обеспечить распространенность всех видов продукции (разнообразных вкусов и упаковок), производимой предприятием. Для этого можно организовать презентацию полного ассортимента продукции оптовым покупателем и запустить масштабную рекламную кампанию на российском рынке.

Список литературы

1. Е.В. Чмышенко, О.С. Лазарева, Е.Г. Чмышенко, Н.И. Бондарчук Теория и практика оценки конкурентоспособности: учебное пособие – Агентство «Пресса», 2013. – 150 с.
2. Методики оценки конкурентоспособности предприятия: Учебно-методическое пособие / А.В. Васильева. – Благовещенск: Изд-во АмГУ, 2012. – 115 с.