

УДК 338.12.017

## РАЗРАБОТКА ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «МЕКОСАН»

Студент гр. 10302216 Рубан А.А.

*Научный руководитель – ст. преподаватель Козленкова О.В.*

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

ОАО «Мекосан» - завод по производству опрыскивателей, предназначенных для подкормки и обработки сельскохозяйственных растений. Настоящий анализ рынка касается только продукции ОАО «Мекосан», которая поставляется как на внутренний (белорусский), так и на внешний (СНГ) рынки. Исходя из потребительских свойств товара – опрыскиватели не являются товаром первой необходимости. Основными потребителями данной продукции на рынке являются сельскохозяйственные организации, в меньшей степени другие хозяйства и торговые фирмы. Отношения с организациями-потребителями на внутреннем и внешнем рынках строятся на долгосрочной договорной (контрактной) основе. Компания имеет большую сеть продаж своей продукции. При торговле опрыскивателями успех продаж напрямую зависит от доброго имени производителя и доверия покупателей. Для устойчивого положения на рынке ОАО «Мекосан» необходимо иметь портфель товаров, сбалансированный таким образом, чтобы в нём находились товары с различными этапами своего жизненного цикла. Настоящее состояние портфеля товаров общества согласно матрице БКГ представлено на рисунке 1.

Проанализировав данные предприятия, можно предложить следующий план действий:

Первым шагом ОАО «Мекосан» должно решить судьбу опрыскивателей 12м и 18м с емкостью 2000л и опрыскивателей 28м емкостью 2500л – «собаки», для этого следует попробовать сделать из товара «дойную корову», проведя программы по репозиционированию или улучшению товара. Если этого сделать не удастся, данные товары необходимо снимать с производства.

Шаг второй. Компании необходимо увеличить инвестирование в рост и в сохранение лидерства и конкурентоспособности опрыски-

вателей 18м и 24м емкостью 2500 л, а в особенности опрыскивателей самоходных лазер - 4240 - «звезды».

Шаг третий. Вкладывать инвестиции на поддержание роста и сохранение объема продаж товара категории – «дойная корова»: про-травливатели семян ПСС-20 и прочие разовые услуги.

		наименование	объем продаж	наименование	объем продаж
ТЕМП РОСТА	10%	<b>трудные дети</b>		<b>звезды</b>	
				ОП 2500-18 в ассортименте	184 257
				ОП 2500-24 в ассортименте	163 861
				ОП самоходный лазер 4240	216 559
		<b>ИТОГО</b>		<b>ИТОГО</b>	<b>564 677</b>
	ниже (меньше 10%)	<b>собаки</b>		<b>дойные коровы</b>	
		ОП 2000-12 в ассортименте	47 915	Прочие услуги	42 900
		ОП 2000-18 в ассортименте	31 919	ПСС-20	64 906
		ОП 2500-28 в ассортименте	58 374		
		ОП 2000 В2	8 813		
<b>ИТОГО</b>		<b>147 021</b>	<b>ИТОГО</b>	<b>107 806</b>	
		низкая (меньше 1)		высокая (больше 1)	
относительная доля рынка					

Рисунок 1 – Матрица БКГ по объему продаж (тыс. руб.)

### Литература

1. Бизнес-план ОАО «Мекосан»
2. Факторы воздействия на деятельность предприятия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lektsii.org/5-50310.html>