

**Электронный периодический  
рецензируемый  
научный журнал**

**«SCI-ARTICLE.RU»**

<http://sci-article.ru>

**№111 (ноябрь) 2022**

**СОДЕРЖАНИЕ**

<b>Редколлегия .....</b>	<b>3</b>
<b>УРАЗИМОВА ТАМАРА ВЛАДИМИРОВНА. ПРЕТВОРЕНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТРАДИЦИЙ В ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОМ ИСКУССТВЕ .....</b>	<b>11</b>
<b>БОРТНИЧУК ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА. ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ .....</b>	<b>15</b>
<b>БОДНАР АННА АНАТОЛЬЕВНА. АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЛИКВИДНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «МИНОЙТОВСКИЙ РЕМОНТНЫЙ ЗАВОД» ...</b>	<b>19</b>
<b>ОНИСКЕВИЧ АНАСТАСИЯ АНАТОЛЬЕВНА. ФОНДОВЫЙ РЫНОК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....</b>	<b>24</b>
<b>ПОЛКАНОВ ЮРИЙ АЛЕКСЕЕВИЧ. МЕТОД ВЫЯВЛЕНИЯ АНОМАЛЬНОЙ НЕОДНОРОДНОСТИ В СТРУКТУРЕ ШУМОПОДОБНОГО СИГНАЛА .....</b>	<b>29</b>
<b>НЕЧАЕВ АЛЕКСЕЙ ВЯЧЕСЛАВОВИЧ. РОЛЬ ЭФИРНОГО ВЕТРА В ФОРМИРОВАНИИ ПОВЕРХНОСТНЫХ И ГЛУБИННЫХ ТЕЧЕНИЙ.....</b>	<b>36</b>
<b>ЁРШ АННА НИКОЛАЕВНА. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ПИНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ» С ПОМОЩЬЮ МЕТОДА СКОЛЬЗЯЩЕЙ СРЕДНЕЙ .....</b>	<b>42</b>
<b>ВЕРЕМЕЙЧИК КРИСТИНА ИГОРЕВНА. АВТОМАТИЗАЦИЯ УЧЕТА АРЕНДНЫХ ОТНОШЕНИЙ .....</b>	<b>47</b>
<b>АШРАПОВ УЛУГБЕК ТОВФИКОВИЧ. ПРИМЕНЕНИЕ ГИДРОУДАРНОГО НАСОСА НА ПОЛЯХ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ .....</b>	<b>50</b>
<b>ГУСЕВА МАРИНА АНДРЕЕВНА. ВЛИЯНИЕ ТЯЖЕЛОГО НАРУШЕНИЯ РЕЧИ НА ФИЗИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ МАЛЬЧИКОВ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА .....</b>	<b>56</b>
<b>РАЗИН ГЕОРГИЙ ИГОРЕВИЧ. ЗАНЯТИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ И СПОРТОМ ПРИ САХАРНОМ ДИАБЕТЕ.....</b>	<b>59</b>
<b>МАСКАЕВА ВЕРА АЛЕКСАНДРОВНА. СВОЕОБРАЗИЕ И ЭСТЕТИЧЕСКАЯ ПРИРОДА МОКШАНСКОЙ ЧАСТУШКИ КАК МАЛОГО ЖАНРА ФОЛЬКЛОРА .....</b>	<b>65</b>
<b>КАЛОША АЛЕКСАНДРА ВИТАЛЬЕВНА. АНАЛИЗ ЁМКОСТИ РЫНКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «КОБРИНСКИЙ МАСЛОДЕЛЬНО-СЫРОДЕЛЬНЫЙ ЗАВОД».....</b>	<b>69</b>
<b>ГРИНЬ ДАРЬЯ ВЛАДИСЛАВОВНА. ГОСУДАРСТВО: ПОНЯТИЕ, ПРИЗНАКИ И ФУНКЦИИ .....</b>	<b>82</b>

# ЭКОНОМИКА

## АНАЛИЗ ЁМКОСТИ РЫНКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «КОБРИНСКИЙ МАСЛОДЕЛЬНО-СЫРОДЕЛЬНЫЙ ЗАВОД»

*Калоша Александра Витальевна*  
Полесский государственный университет  
студент

*Дудак Д. В., студентка; Бухтик М. И., кандидат экономических наук, доцент кафедры финансового менеджмента, Полесский государственный университет*

**Ключевые слова:** swot-анализ; ёмкость рынка; конкурентоспособность; оценка конкурентоспособности; рентабельность продаж

**Keywords:** swot-analysis; market capacity; competitiveness; competitiveness assessment; profitability of sales

**Аннотация:** В статье рассмотрена ёмкость рынка молочной продукции на примере предприятия ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод». Были проанализированы предпочтения потребителей продукции ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод». Также был проведен анализ приоритетных критериев, оказывающих влияние на выбор покупателями молочной продукции ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод». Сравнительный анализ ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод», ОАО «Минский молочный завод №1», СОАО «Ляховичский молочный завод» позволил выявить конкурентные преимущества рассматриваемого предприятия. С помощью составленной SWOT-матрицы были представлены стратегии развития ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод», учитывающие конкурентные преимущества предприятия, выявлены сильные и слабые стороны предприятия.

**Abstract:** The article considers the capacity of the dairy products market on the example of the enterprise JSC "Kobrin butter and cheese factory". The preferences of consumers of the products of JSC "Kobrin Butter and Cheese Factory" were analyzed. The analysis of priority criteria influencing the choice of dairy products by buyers of JSC "Kobrin butter and cheese Factory" was also carried out. Comparative analysis of JSC "Kobrin Butter and Cheese Factory", JSC "Minsk Dairy Plant No. 1", SOAO "Lyakhovichi Dairy Plant" revealed the competitive advantages of the enterprise in question. With the help of the compiled SWOT matrix, the development strategies of JSC "Kobrin Butter and Cheese Factory" were presented, taking into account the competitive advantages of the enterprise, the strengths and weaknesses of the enterprise were identified.

## УДК 338.47

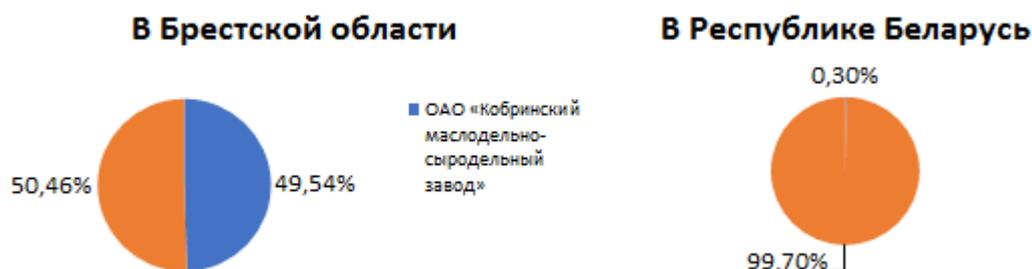
**Введение**

ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод» расположен в Брестской области в г. Кобрине с численностью населения 52050 человек.

ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод» осуществляет следующие виды деятельности:

- Переработка молока, кроме консервирования, и производство сыров;
- Производство мороженого;
- Производство кормов и кормовых добавок для сельскохозяйственных животных.

По рейтингу «Milknews» крупнейшими производителями молочной продукции в Республике Беларусь являются ОАО Савушкин продукт, ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат», а также ОАО «Бабушкина крынка». ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод» занимает в рейтинге 12 место. В производстве молочной продукции по состоянию на 2021 год ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод» в Брестской области занимает 49,54%, а в целом по Республике Беларусь 0,3% (рисунок 1).



**Рисунок 1. Доля производства молочной продукции ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод» в Брестской области и в Республике Беларусь**

Примечание – Источник: собственная разработка на основании данных [4]

Следовательно, ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод» имеет важное значение в производстве молочной продукции в Брестской области, а в Республике Беларусь занимает незначительную долю.

**Актуальность** темы заключается в том, что в условиях высокой насыщенности товарных рынков, превышения на них предложения над спросом, оценка ёмкости рынка и конкурентоспособности продукции является важным этапом деятельности предприятия.

**Цель** данной статьи заключается в проведении анализа рынка молочной продукции и определение тех внутренних факторов предприятия ОАО «Кобринский маслодельно-

сыродельный завод», которые могут рассматриваться как сильные и слабые стороны, оценка их важности и определение факторов, требующих развития.

При написании статьи были использованы научные статьи, электронные ресурсы, статистические документы.

В работе применялись методы сравнения и анализа, методы индукции и синтеза

**Научная новизна** заключается в том, что предприятию необходимо осуществлять анализ ёмкости рынка, а также конкурентоспособности производимой продукции для выявления факторов повышения эффективности деятельности.

Множество товаров одновременно предлагают одинаковые или различные способы удовлетворения одной и той же потребности покупателя на равных или незначительно варьирующих ценовых условиях. В этой ситуации предпочтение потребителя отдается товару, который определяется как конкурентоспособный.

Конкурентоспособность определяется совокупностью потребительских свойств продукции (товара, услуги), необходимых и достаточных для реализации в определенный момент времени по сопоставимым ценам на конкретном рынке, то есть способностью к коммерчески выгодному сбыту на конкурентном рынке [3, с. 107].

В настоящее время известно большое количество методик, предназначенных для оценки конкурентоспособности различных товаров. В основу этих методик может быть положен один из трех методов [2, с. 50]:

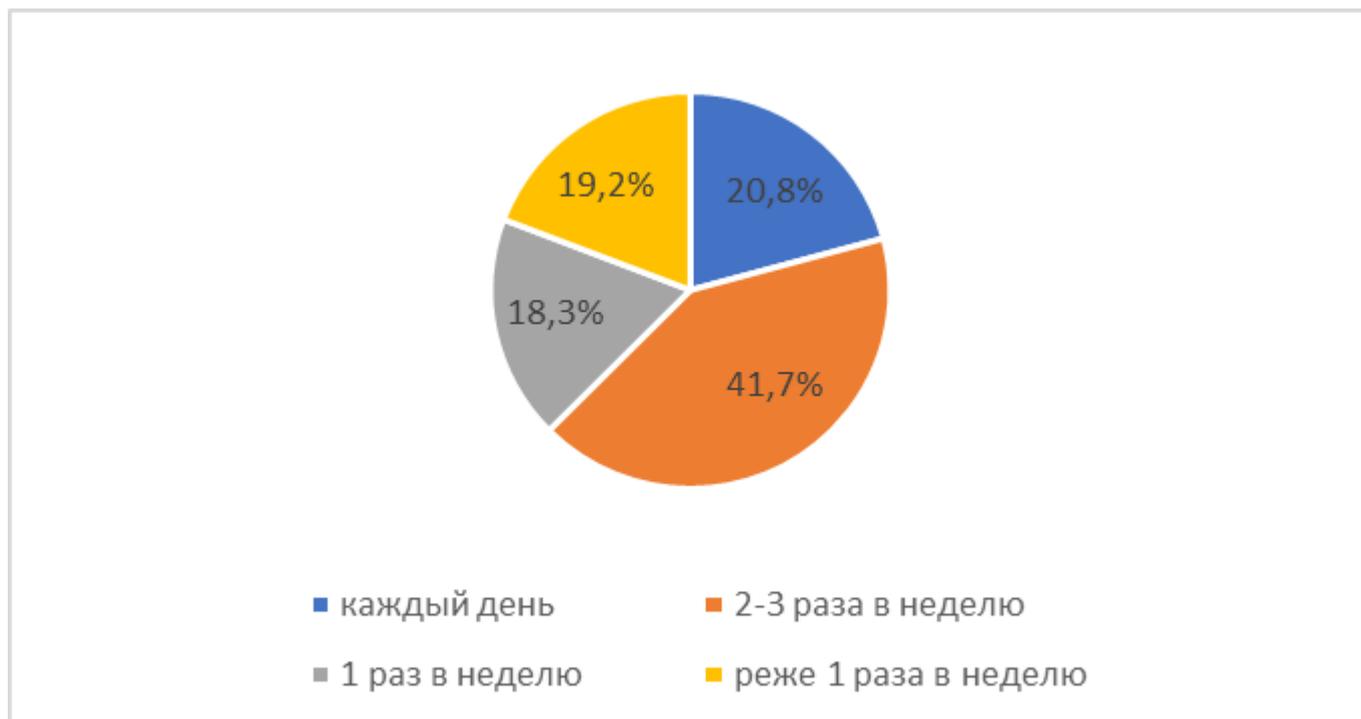
- матричный метод;
- смешанный метод;
- метод опроса потребителей.

С целью исследования потребительского спроса на продукцию ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод» и выявления направлений повышения удовлетворенности потребителей был использован метод опроса потребителей.

В качестве инструмента сбора информации выступила анкета, включающая 13 вопросов. Исходя из имеющихся возможностей, было опрошено 120 жителей Республики Беларусь. Большинство опрошенных - жители Брестской области (48,3%), а также жители г. Минска (20%) и Минской области (15,8%).

Из всего числа опрошенных 62,5% составили женщины и 37,5 % – мужчины. Возрастная структура респондентов имеет следующий вид: до 20 лет – 38,3% опрошенных; 20-25 лет – 28,3%; 25-30 лет – 8,3%; 30-35 лет – 1,7%; 35 - 40 лет – 8,3%; 40-45 лет – 5%; старше 45 лет –10,1%.

Анализируя полученную в ходе маркетингового исследования информацию, можно сделать вывод о том, что, 56% респондентов могут высказать свое мнение о продукции ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод». Частота потребления молочной продукции представлена на рисунке 2.

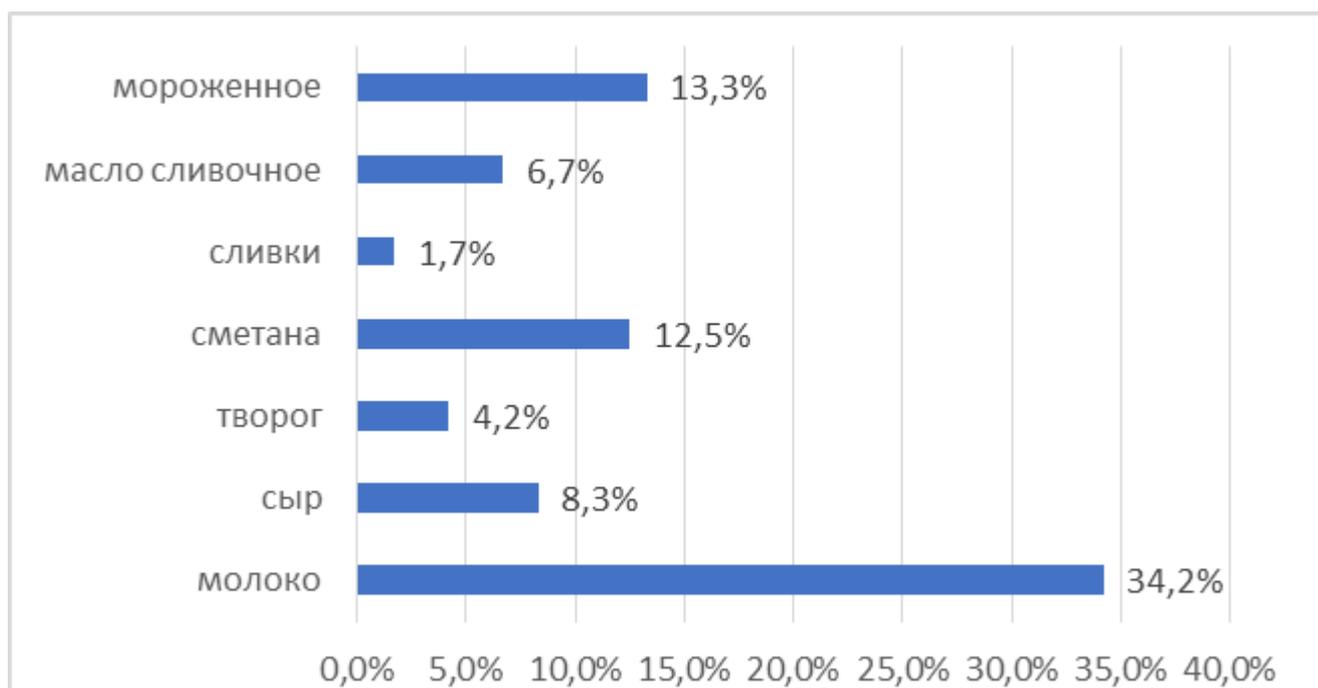


**Рисунок 2. Частота потребления молочной продукции**

Примечание – Источник: собственная разработка

Анализ частоты потребления показывает, что 41,7 % респондентов покупают молочную продукцию 2-3 раза в неделю. Каждый день покупают молочную продукцию 20,8% опрошенных, 1 раз в неделю – 18,3%, реже одного раза в неделю – 19,2% опрошенных. Следует учитывать, что в отношении молочной продукции их покупатели не всегда являются ее потребителями и наоборот: не всегда потребители имеют возможность приобретать данные товары. В данном случае речь идет о родителях и взрослых, которые покупают данную продукцию для семейного потребления.

На рисунке 3 представлена информация о потребительских предпочтениях в разрезе отдельных видов молочной продукции.

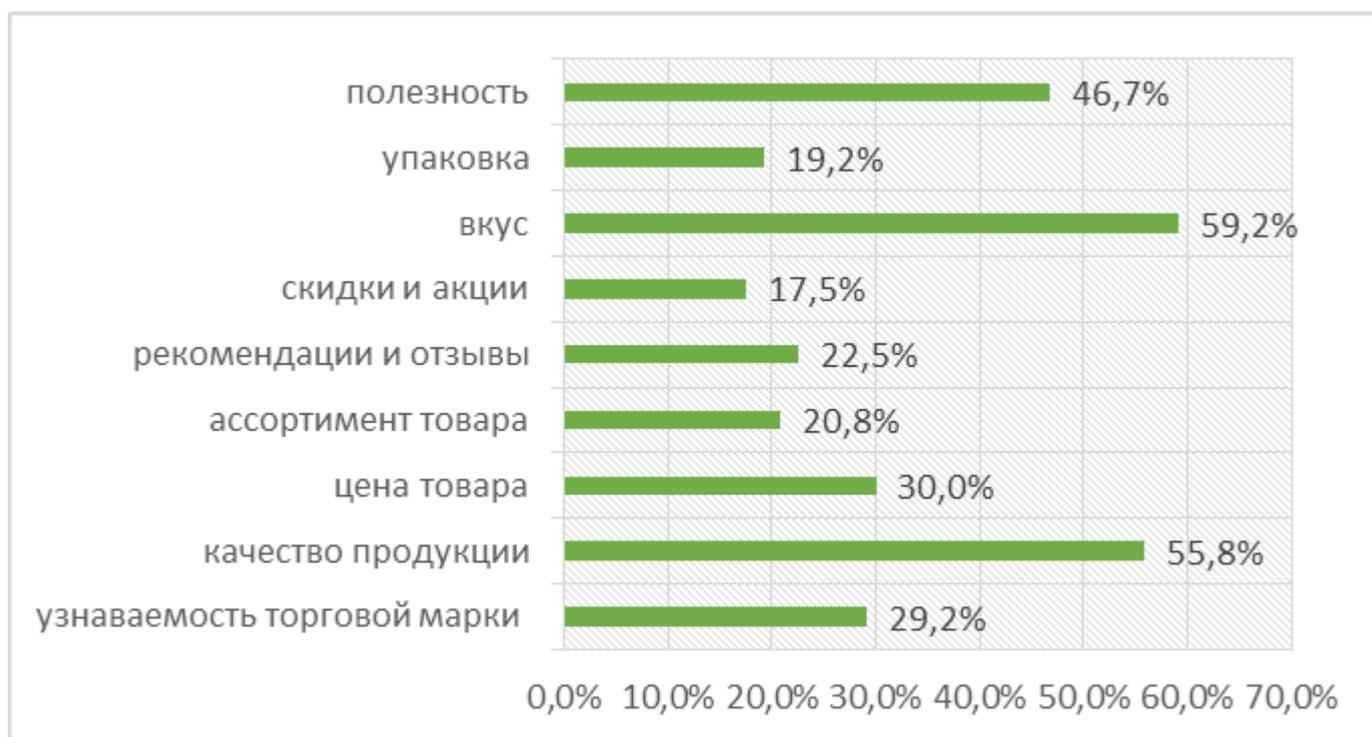


**Рисунок 3. Потребительские предпочтения в разрезе отдельных видов молочной продукции**

Примечание – Источник: собственная разработка

Стабильным спросом со стороны потребителей пользуются такие виды молочной продукции как: молоко (34,2%), мороженное (13,3%) и сметана (12,5%). Наименьшим спросом со стороны молочных изделий пользуются такие виды молочной продукции, как творог (4,2%) и сливки (1,7%).

Рассмотрим приоритетные критерии выбора молочной продукции покупателей молочной продукции ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод» (рисунок 4).



**Рисунок 4. Приоритетные критерии выбора молочной продукции**

Примечание – Источник: собственная разработка

Среди приоритетных критериев выбора молочной продукции покупателей молочной продукции ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод» необходимо отметить следующие: вкус, 59,2% покупателей поставили данный критерий на первое место, также главную роль отводят такому критерию, как качество продукции (55,8%), а также немаловажное значение имеет такой критерий, как полезность (46,7%). Данный факт свидетельствует о том, что в настоящее время потребители стараются следить за своим здоровьем и использовать соответствующую продукцию. На выбор 30% опрошенных оказывает влияние такой критерий, как товара, для 29,6% респондентов важно, продукцию какого производителя они покупают.

71 респондент (59,2 %) считает, что молочная продукция ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод» удовлетворяет спрос населения и составляет определенную конкуренцию другой продукции, представленной на республиканском рынке.

56 потребителей (46,7%) оценивают качество продукции предприятия как высокое, также 79 потребителей (65,8 %) считают, что продукция ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод» продаётся по приемлемой цене. 22 потребителя (18,3%) считают, что торговая марка ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельного завода» является узнаваемой. Данный показатель является низким, что свидетельствует о нераспространенности продукции данного предприятия.

Для установления степени удовлетворенности спроса на продукцию с целью более полного удовлетворения запросов потребителей респондентам было предложено выделить параметры, которые они изменили бы в продукции ОАО «Кобринский

маслодельно-сыродельный завод». Результаты предложений представлены на рисунке 5.



**Рисунок 5. Характеристики молочной продукции, продукции ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод», которые потребители желали бы изменить**

Примечание – Источник: собственная разработка

Анализ рисунка позволяет сделать вывод о том, что потребителей не в полной мере устраивает упаковка молочной продукции ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельного завода».

30 респондентов считают, что ассортимент продукции, выпускаемой ОАО «Кобринским маслодельно-сыродельным заводом», недостаточно широк и нуждается в расширении.

Обобщая результаты исследования потребительского спроса на молочную продукцию ОАО «Кобринского маслодельно-сыродельного завода» можно сделать вывод, что потребители высоко оценивают качество выпускаемой продукции, а также считают, что она продается по достаточно приемлемой цене. На региональном рынке спрос на молочную продукцию ОАО «Кобринского маслодельно-сыродельного завода» является не стабильным, т. к. большинство потребителей за пределами Брестской области не знакомы с данным предприятием. Следовательно, с целью наибольшего удовлетворения запросов потребителей целесообразно проводить активную сбытовую политику за пределами Брестской области.

Проведем анализ конкурентоспособности организации (таблица 1).

Оценивать будем по следующим параметрам:

- качество;
- вкусовые качества;
- упаковка;
- ассортимент.

Таблица 1. Исходные данные для построения многоугольника конкурентоспособности

Показатели	ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод»
Качество	5
Цена	5
Известность	2
Номенклатура	3
Итого	15

Таким образом, бальная оценка ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод» выше на 1 балл, чем СОАО «Ляховичский молочный завод». Однако ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод» уступает ОАО «Минский молочный завод №1» на 3 балла.



**Рисунок 6. Многоугольник конкурентоспособности ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод»**

Примечание – Источник: собственная разработка

Таким образом, исходя из рисунка 6 ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод» является достаточно конкурентоспособным предприятием, однако ему необходимо уделить внимание на известность принадлежащих ему торговых марок, а также провести мероприятия по расширению номенклатуры предлагаемой молочной продукции.

Проведём анализ ёмкости рынка молочной продукции по Кобринскому району (таблица 2):

**Таблица 2. Ёмкость рынка молочной продукции по Кобринскому району за 2021 год**

Вид продукции	Объём производства продукции ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод», кг	Целевая аудитория, чел.	Среднегодовая норма потребления, кг/чел	Среднегодовая стоимость, руб/кг	Ёмкость рынка	
					млн. руб.	%
Молоко	5617906	52050	120	1,73	10,81	40,8
Творог	645806,046		8	7,56	3,15	11,9
Сыр	1124082,942		6,6	17,13	5,87	22,2
Сметана	930006,44		5,8	6,02	1,82	6,9
Сливочное масло	1153167,44		6	15,43	4,82	18,2
Итого	-	-	380	-	26,47	100,0

Примечание – Источник: собственная разработка на основе источников [1; 5]

Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод, что ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод» покрывает потребности в молочной продукции населения Кобринского района, за исключением производства молока. Поэтому в данном направлении целесообразно наращивать объём производства.

ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод» приоритетную роль уделяет вопросам качества на всех этапах производства и реализации продукции. Он работает только с проверенными поставщиками, использует исключительно высококачественное сырьё, внедряет и использует наилучшие технологии производства и хранения продукции.

Оценка конкурентоспособности продукции является исходным моментом для принятия управленческих решений в хозяйственной деятельности предприятия.

SWOT-анализ – это анализ деловой среды, который производится с целью изучения среды бизнеса, правовых условий, сильных и слабых сторон своего предприятия и предприятий-конкурентов, а также комплексного взаимовлияния рассматриваемых факторов.

Сильные стороны (Strengths) – преимущества организации;

Слабости (Weaknesses) – недостатки организации;

Возможности (Opportunities) – факторы внешней среды, использование которых создаст преимущества организации на рынке;

Угрозы (Threats) – факторы, которые могут потенциально ухудшить положение организации на рынке.

Таким образом, SWOT-анализ – это одна из важнейших диагностических процедур. Его можно и нужно рассматривать как важную для любой организации технологию оценки исходного состояния, незадействованных ресурсов, а также угроз деятельности предприятия.

Выделим возможности, имеющие наибольшее значение для ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод» и которые обязательно нужно использовать при разработке стратегии:

- возможность выхода на новые рынки;
- широкая известность продукции предприятия;
- ускорение темпов роста производства продукции.

Угрозы, представляющие наибольшую опасность для предприятия и требующие немедленного и обязательного устранения: усиление давления со стороны конкурентов; высокая концентрация производства и уровень конкуренции.

Для оценки сильных и слабых сторон и определения возможностей и угроз построим SWOT-матрицу.

**Таблица 3. SWOT-анализ ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод»**

<b>Сильные стороны</b>	<b>Слабые стороны</b>
1. Выгодное соотношение цена-качество 2. Широкий ассортимент 3. Устойчивое финансовое положение 4. Плохо разработанная маркетинговая деятельность 5. Конкуренция со стороны известных предприятий 6. Низкая ориентация на внутренний	1. Плохо разработанная маркетинговая деятельность 2. Конкуренция со стороны известных предприятий 3. Низкая ориентация на внутренний рынок

рынок	
<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
1. Увеличение доли продаж за счёт доли конкурентов 2. Выход на новые целевые сегменты 3. Улучшение маркетинговой деятельности 4. Высокая конкуренция 5. Появление новых конкурентов 6. Снижение доли реализации на экспорт	1. Высокая конкуренция 2. Появление новых конкурентов 3. Снижение доли реализации на экспорт

Источник: собственная разработка

Для улучшения деятельности, предприятию необходимо:

- Поиск новых рынков сбыта. Необходимо искать рынки сбыта продукции в остальных областях.
- Улучшение маркетинговой деятельности.
- Увеличение доли продаж за счет доли конкурентов.
- Конкурентоспособность самого предприятия можно частично определить с помощью экономических и финансовых показателей, которые показывают прибыльность, производительность, оборачиваемость, деловую активность, ликвидность.

**Таблица 4. Исходные данные для факторного анализа рентабельности продаж по валовой прибыли**

Показатели	Значения			Абсолютный прирост		Темп роста, %	
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2020-2019	2021-2020	2020/2019	2021/2021
Рентабельность продаж по валовой прибыли, %	22,15	19,79	17,76	-2,36	-2,03	89,35	89,78
Валовая прибыль, тыс. руб.	41013	46340	46816	5327,00	476,00	112,99	101,03
Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	185188	234193	263533	49005,00	29340,00	126,46	112,53

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [5]

Для оценки влияния факторов при меняют метод цепных подстановок. Он основан на постепенной замене базисной величины каждого факторного показателя в объеме результативного на его фактическую величину, для чего рассчитывают ряд условных величин результативного показателя. Для расчета факторного анализа по данной модели требуется рассчитать три дополнительных показателя. Результаты данного расчета сведены в таблицу 5. Расчеты факторного анализа рентабельности продаж по валовой прибыли сведены в таблицу 6.

Анализ факторной модели позволяет сделать следующие выводы: рентабельность продаж по валовой прибыли снижается в 2021 году по отношению к 2020 году, в 2020 году также наблюдается снижение исследуемого показателя по отношению к 2019 году. Снижение значения этого показателя в 2019-2020 гг. произошло на 2,36, а в 2020-2021 гг. – на 2,03. Рассматривая общую тенденцию за период 2019-2021 гг., показатель рентабельности в 2021 году снижается по отношению к 2019 году на 4,39%, что оценивается отрицательно.

**Таблица 5. Результаты расчета дополнительных показателей для факторного анализа**

Показатели	2019-2020	2020-2021
$R_{\text{про}} = \frac{ВП_0}{ВР_0}$	22,15	19,79
$R_{\text{пр(усл1)}} = \frac{ВП_1}{ВР_0}$	25,02	19,99
$R_{\text{пр1}} = \frac{ВП_1}{ВР_1}$	19,79	17,76

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [5]

**Таблица 6. Результаты расчетов факторного анализа рентабельности продаж по валовой прибыли**

Анализ рентабельности продаж по валовой прибыли	Период	
	2019-2020	2020-2021
Общее изменение рентабельности продаж по валовой прибыли: $\Delta R_{\text{пр}} = R_{\text{пр1}} - R_{\text{про}}$	-2,36	-2,03
в том числе за счет изменения следующих факторов: - валовой прибыли:	2,87	0,2

$\Delta P_{\text{пр}}(\text{ВП}) = P_{\text{пр}}(\text{усл1}) - P_{\text{пр0}}$		
- выручки от реализации продукции: $\Delta P_{\text{пр}}(\text{ВР}) = P_{\text{пр1}} - P_{\text{пр}}(\text{усл1})$	-5,23	-2,23
Совокупное влияние всех факторов: $\Delta P_{\text{пр}} = P_{\text{пр}}(\text{ВП}) + P_{\text{пр}}(\text{ВР})$	-2,36	-2,03

Примечание – Источник: собственная разработка на основе отчётности

За период 2019-2020 гг. произошло снижение рентабельности продаж на 2,36. Рентабельность продаж увеличилась на 2,87 за счет увеличения валовой прибыли и снизилась на 5,23 за счет увеличения выручки от реализации. Наибольшее влияние на изменение рентабельности продаж по валовой прибыли оказало увеличение выручки от реализации.

В период 2020-2021 гг. рентабельность продаж по валовой прибыли снизилась на 2,03. Снижение произошло на 5,23 за счет выручки от реализации. Также было отмечено увеличение показателя рентабельности на 0,2 за счет увеличения валовой прибыли. За данный период наибольшее влияние оказал показатель валовой прибыли.

По итогам анализа, для улучшения деятельности предприятия необходимо принять следующие меры:

- найти новые рынки сбыта. В ходе анализа выявлено, что продукция ОАО «Кобринский МСЗ» является распространенной исключительно в Брестской области. Необходимо искать рынки сбыта продукции в остальных областях;
- улучшить маркетинговую деятельность, путем тщательного анализа рынка, на которое планирует выйти предприятие;
- повышать качество производимой молочной продукции для достижения высокого спроса на товары предприятия;
- расширение круга предлагаемой продукции, а также периодическое обновление ассортимента.

#### Литература:

1. Конкурентоспособность организации: курс лекций / В. В. Квасникова. - Витебск: УО «ВГТУ», 2019 – 93 с.
2. Менеджмент качества продукции и процессов: учебное пособие / Э. В. Минько, А. Э. Минько. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2017. - 369 с.
3. Объем производства промышленной продукции в натуральном выражении// Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс].

– Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Preview?key=173849>– Дата доступа: 09.11.2022.

4. Внутренняя отчётность ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод» за 2021 год.

5. Численность населения за 2020 год по Брестской области в разрезе районов, городов, ГП// Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.brest.belstat.gov.by/upload/iblock/a2e/a2e02943eade822a505f21f82a7208e8.pdf> – Дата доступа: 15.11.2022.