

УДК 339.13:637.2

## ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВОЙ МАРКИ

*Романенко Н.В., магистрант 2 курса экономического факультета  
Научный руководитель – Антамошкина О.И., к.т.н., профессор  
ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ*

***Ключевые слова:** Конкурентоспособность, инструменты конкурентоспособности, рынок молочной продукции.*

*Работа посвящена изучению путей повышения конкурентоспособности торговой марки «Село Родное».*

Конкурентоспособность является важнейшим фактором обеспечения эффективного развития предприятия. Существует множество инструментов, которые способствуют повышению конкурентоспособности предприятия, например, такие как: ценовая политика, сбытовая политика, анализ рынка продвижения, разработка новых товаров, рекламной кампании и многое другое. Так же и одним из инструментов является - правильная организация маркетинговой службы[1].

На рынке красноярского края развивается новая торговая марка «Село Родное», объединившая в себе местных производителей молочной продукции. Она дает возможность покупателям ежедневно приобретать только свежую продукцию от местных производителей. Основа концепции позиционирования кооператива - натуральность, экологичность, свежесть. Для местных производителей кооператив решает такой ряд задач, как: изучение рынка молочной продукции, формирование ценовой политики, реклама и продвижение, заключение договоров поставки с розничными сетями, формирование ассортиментной политики, разработка единых стандартов качества.

Кооперативу необходимо иметь маркетинговую службу, в обязанности которой входит сбыт производимого товара, рекламная деятельность, продвижение товара. Однако, организация маркетинга кооператива находится в неудовлетворительном состоянии. Это подтверждает количественный состав покупателей продукции, низкий уровень рентабельности продаж, занимаемая доля рынка потребителей. Предприятию следует более серьезно подойти к организации службы маркетинга.

Другим инструментом повышения конкурентоспособности компании является - активная рекламная деятельность, в частности, для товарной про-

дукции - стратегия продвижения и реклама товара, а для предприятия в целом имидж- реклама [1]. Формирование имиджа предприятия очень важно.

Следующим инструментом повышения конкурентоспособности организации является - управление качеством и сертификация продукции. Данное направление в организации реализуется в полном объеме. Вся продукция предприятия подтверждена сертификатами качества, и проверяется собственной лабораторией завода. Молоко, поступаемое от поставщиков, подтверждено сертификатами качества и проверяется специалистами лаборатории на подтверждение показателей, отраженных в сопровождающих сертификатах качества.

Ценовая политика организации, как инструмент повышения конкурентоспособности данного кооператива реализуется по принципу ценообразования по издержкам. Тем не менее, кооператив следит за ценами в отрасли, поэтому цены на продукцию всегда в границах отраслевых. Более того, в сравнении с основными его конкурентами на рынке кооператив производит более качественную продукцию марки «Село Родное» по ценам ниже, чем у конкурентов. Небольшой потребительский спрос в данном случае формируется за счет невысокой рекламной деятельности.

Использование инструментов ФОССТИС (формирование спроса и стимулирование сбыта) по отношению к покупателям с использованием таких приемов, как скидка, акции, и прочие побудительные меры при покупке продукции также составят у покупателей положительное мнение об организации.

Существует так же множество подходов к повышению конкурентоспособности организации, но главными являются: формирования имиджа предприятия, рекламная деятельность, использование инструментов ФОССТИС, ценовая товарная политика предприятия, а, главное, включающее в себя все остальное грамотная организация служба маркетинга на предприятии [1].

#### *Библиографический список*

1. Горбашко, Е.А. Менеджмент качества и конкурентоспособности: учебник / Е.А. Горбашко.- М., 2005. - 125с.

## **TOOLS OF INCREASE OF COMPETITIVENESS OF THE BRAND**

***Romanenko N.V.***

**Key words:** *Competitiveness, instruments of competitiveness, the market of dairy products.*

*The work is devoted to studying ways to improve the competitiveness of brand "Village".*