

Необходима государственная поддержка, программа по замене машин и механизмов. Разработка своих отечественных строительных машин. Создание сети ремонтных организаций, отвечающих всем требованиям современных диагностических и ремонтных центров. Наладка производства приборов безопасности, узлов и деталей на заводах Республики Беларусь. Повышение эффективности использования строительной техники.

Только общими усилиями государства, министерств, ведомств возможен качественный рывок в строительной индустрии.

## **МЕРЫ ДЕЙСТВИЯ МОЛОЧНОГО КООПЕРАТИВА И МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ**

*И. Урбанска, Ц. Марцинкевич*

*Ченстоховский политехнический институт,*

*Польша*

Кооператив - это добровольное объединение неограниченного числа членов с состоятельным фондом. Этот союз ведет совместную хозяйственную деятельность в интересах своих членов, а также общественно-культурную и просветительную работу. В Польше развитие кооперативной деятельности относится к XX веку и отождествляется с практической деятельностью, взаимопомощью, хозяйственностью и патриотизмом. После Второй мировой войны, в связи со сложившейся новой политической системой и переменами в управлении, деятельность кооперативов была направлена на реализацию целей централизованного управления и государственного планирования.

Некоторые перемены в функционировании кооперативов произошли в 80-х годах. После политических перемен 1989 года в Польше по инициативе правительства были приняты попытки перестройки кооперативного движения. Указ от 20.01.1990. "Об изменениях в управлении и деятельности кооперативов" ликвидировал кооперативные объединения (центральные и районные), что привело к ликвидации надстройки в целой организации кооперативов.

В связи с рыночными переменами, обратим внимание на деятельность молочного кооператива "Млечгол". Интересно, что недостаточные хозяйственные перемены имели влияние на управление всем коо-

перативом. Кооператив “Млечгол” находится в Ченстохове, а его деятельность охватывает всю страну. Имущество кооператива является частным достоянием его членов. В Ченстоховском молочном кооперативе “Млечгол” работает 217 человек. Основой маркетингового управления является продукт и его упаковка.

В настоящее время “Млечгол” производит 76 типов продуктов, часть которых находится в стадии внедрения, часть в стадии возрастания продаж и зрелости, а часть в стадии снижения продаж. Например, в связи с отсутствием спроса со стороны покупателей на термизированный сырок он приносил убытки и был снят с производства. Однако, когда другой продукт, йогурт, вошел в фазу снижения продаж, кооператив быстро принял меры для сохранения его спроса. Некачественная упаковка вместимостью 0,25л была заменена цветной, удобной в применении упаковкой вместимостью 0,15л. Это уменьшение упаковки привело к увеличению покупки йогурта под влиянием импульса, а качество йогурта было улучшено добавлением кусочков фруктов.

Упаковка часто используется как реклама, и поэтому важна роль информации, находящейся на упаковке. Директивы Европейского Хозяйственного Содружества (EWG) обязывают производителя поместить на упаковке самую важную информацию о продукте.

В марте 1990 года Польша вступила в Международное Общество Знаков Товаров - International Article Numbering Association (IANA). Это общество определяет главные условия коммерческого кода EAN (European Article Numbering). Номер данного кода для Польши имеет цифру 590. В центре штрихованных кодов наносятся польские номера производителей. СКК - это единое в Польше уполномоченное учреждение, которое вписывает номера. Остальные данные о продукте (цена, название и число) записываются в память компьютера. Контрольная цифра, назначенная компьютером, служит для выявления ошибок при считывании штрихового кода EAN. Ченстоховский молочный кооператив “Млечгол” начал применять штриховые коды для идентификации своих продуктов с 1996 года.

Очередным отличием упаковки является товарный знак. Товарный знак состоит из торгового названия и марки.

Товарный знак (*фирменное название, марка Ченстоховского молочного кооператива*) носит название “Млечгол” - это инициалы CSM (ЧМК) и составляет цветную композицию. Этот знак фирма употребляет для всех своих продуктов.

Ченстоховский молочный кооператив *“Млечгол”* применяет марочную стратегию: производит все продукты под одной маркой. Большую роль играет название, которое иллюстрирует положительное качество продукта, например, биоюгурт. *“Млечгол”* считает упаковку продуктов как инструмент маркетинга. Вводя новый продукт на рынок, кооператив применяет стратегию подражания продукту конкурента, что ведет к уменьшению стоимости. Большинство продуктов Ченстоховского молочного кооператива находится в настоящее время в упадочном состоянии, а некоторые входят в предел зрелости или возраста. Поэтому предприятие постоянно должно обновлять ассортимент продукции. О месте йогурта на Ченстоховском рынке свидетельствует его продажа в супермаркете *“Реаль”*. Среди всех йогуртов предлагаемых вообще в этом магазине (таких фирм как *“Данон”*, *“Бах”* и др.) *“Млечгол”* имеет 80% продажи. Несмотря на ведущую позицию в пределе районного рынка, Ченстоховский молочный кооператив *“Млечгол”* должен расширить предлагаемые продукты на базе внимательного исследования рынка, которое даст возможность прогнозирования и введения характерных особенностей, которых ждут покупатели.