

*Лежнина Т.А.,*

*студент*

*4 курс, Институт экономики, Управления и Финансов*

*Марийский государственный университет*

*Россия, г. Йошкар-Ола*

*Крылова С.А.,*

*студент*

*4 курс, Институт экономики, Управления и Финансов*

*Марийский государственный университет*

*Россия, г. Йошкар-Ола*

## **ДЕРЕВО ПРОБЛЕМ И ДЕРЕВО РЕШЕНИЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ЗАДАЧ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

***Аннотация:** Статья посвящена проблемам постановки задач на предприятии. На примере предприятия ЗАО «Сернурский сырзавод» с помощью дерева проблем и дерева решений были выявлены проблемы и способы их решения. Разработаны рекомендации для повышения конкурентоспособности компании главным образом за счет усиления интернет-маркетинга.*

***Ключевые слова:** дерево проблем, дерево решений, интернет-маркетинг, доля рынка, объем производства, бренд, CRM.*

***Annotation:** The article is devoted to the problems of setting goals at the enterprise. By the example of the enterprise CJSC «Sernursky cheese factory», using the problem tree and the decision tree, problems were identified and ways to solve them. Recommendations have been developed to improve the competitiveness of the company in the main way by strengthening Internet marketing.*

***Key words:** problem tree, decision tree, internet marketing, market share, production volume, brand, CRM.*

Дерево проблем – ключевой график, призванный облегчить процесс формирования задач на предприятии и поиск путей решения. Он позволяет определить весь спектр взаимосвязанных причин и последствий проблемы, практически полностью исключая влияние внешних субъективных факторов. Дерево проблем является одним из ключевых инструментов в системном анализе.

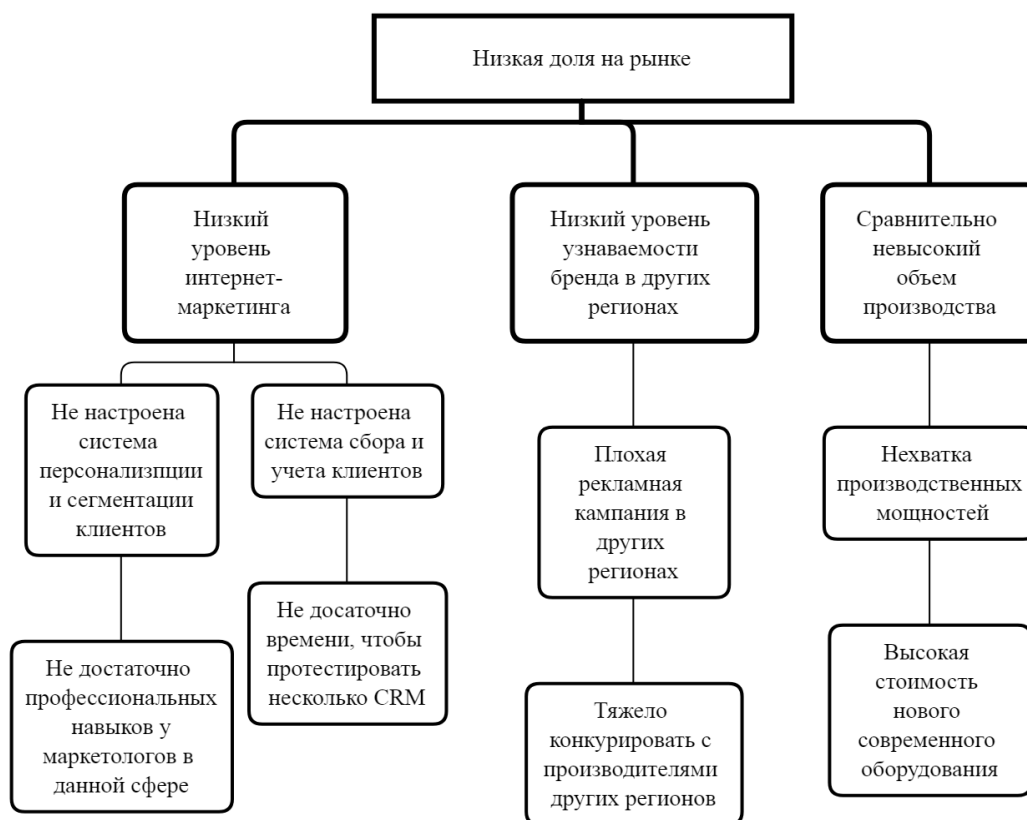


Рисунок 1 - Дерево проблем ЗАО «Сернурский сырзавод»

Предприятие ЗАО «Сернурский сырзавод» занимает маленькую долю на рынке, но имеет высокие темпы роста. Таким образом, главной проблемой является увеличение доли на рынке молочных, кисло-молочных продуктов и сыров. Декомпозиция данной проблемы, рисунок 1, показала, что главным образом, причиной этого является низкий уровень интернет-маркетинга, а именно в недоработках предприятия. На предприятии ЗАО «Сернурский сырзавод» не настроена система персонализации и сегментации клиентов, а также не разработана автоматическая система сбора и учета клиентов.

Вторая проблема, касающаяся маркетинга – это низкая узнаваемость бренда ЗАО «Сернурский сырзавод» в других регионах. Это связано с тем, что осуществляется плохая рекламная компания за пределами республики из-за тяжелой конкуренции с предпринимателями других регионов.

Высокая стоимость нового современного оборудования приводит к тому, что на предприятии замечается нехватка производственных мощностей. В свою очередь, это приводит к низкому объему производства продукции.

Так как основные проблемы ЗАО «Сернурский сырзавод» связаны с маркетингом, в предложенных мероприятиях речь пойдет об оптимизации и модернизации маркетинга, внедряя новые технологии обработки информации, сбора и учета данных о потребителях.

Согласно дереву решений, рисунок 2, можно отметить, что варианты решения проблемы увеличения доли рынка главным образом решаются двумя разными направлениями. Во-первых, это доработка маркетинговой деятельности на предприятии, которая предполагает ряд мероприятий, связанных с установкой новой CRM. Во-вторых, это увеличение объемов производства посредством расширения продуктового портфеля, строительством новых ферм и покупкой дополнительных производственных линий.

Увеличение объемов производства возможно по трем направлениям:

- 1) расширение продуктового портфеля за счет внедрения новых видов продуктов;
- 2) строительство новых ферм позволит увеличить поголовье коров, коз и овец;
- 3) установка дополнительных производственных линий.

Настройка amo CRM позволит увеличить количество допродаж и повторных покупок. Для этого необходимо создать цепочки автоматических писем и запустить таргетированную рекламу. С помощью новых скриптов для телефонии и таргетинга предприятию удастся повысить лояльность клиентов. Предприятию также важно привлекать новых клиентов. Для этого необходимо разработать триггерные письма и запустить контекстную рекламу. Конечно, все

эти методы не заработают быстро и с первого раза. Но для ускорения процесса стоит позаботиться о наличии специалистов этой области.

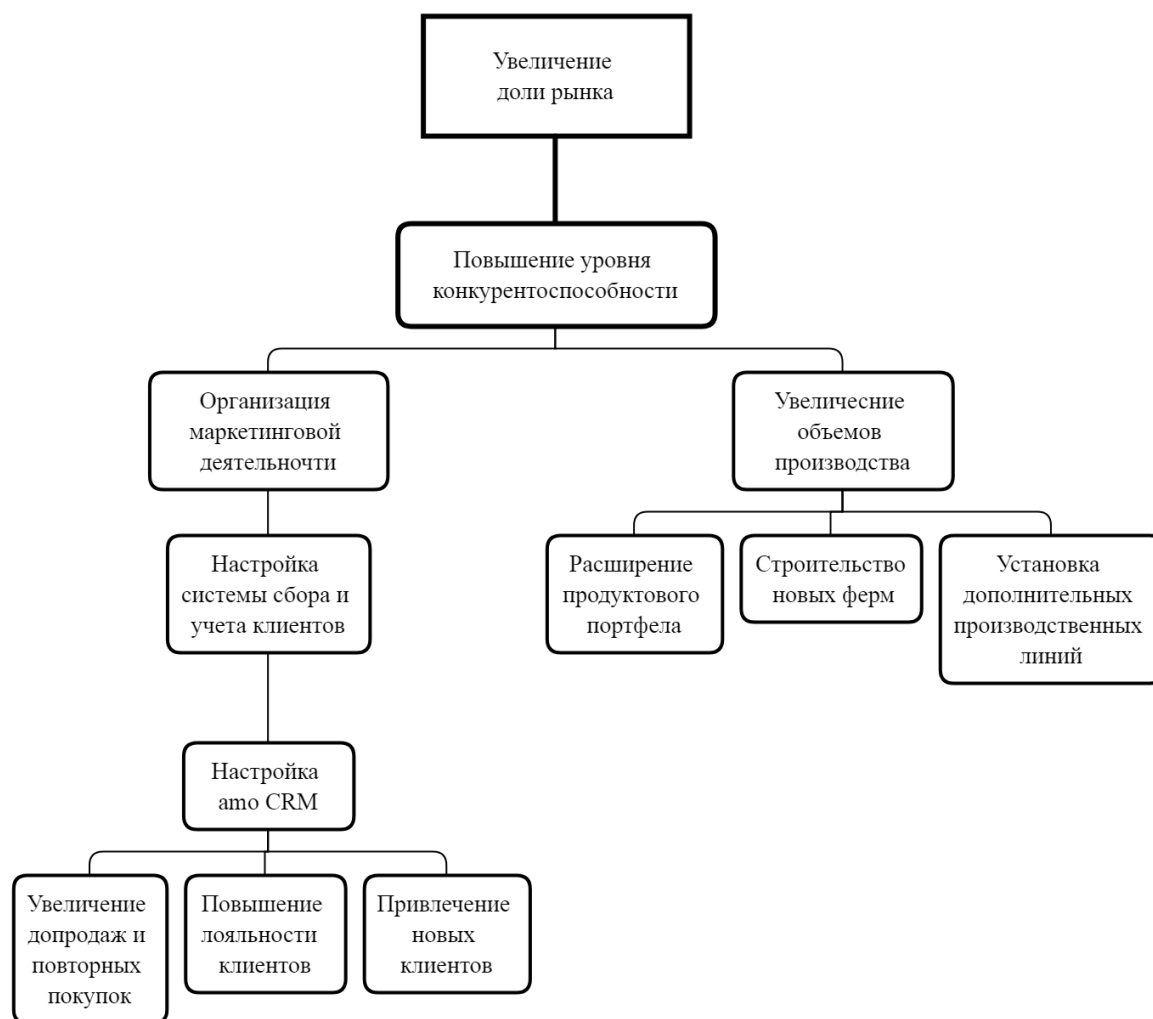


Рисунок 2 - Дерево решений ЗАО «Сернурский сырзавод»

Учитывая активное развитие ЗАО «Сернурский сырзавод» в области e-Commerce, наиболее актуальным станет оптимизация работы в сфере интернет-маркетинга. Для того чтобы поддерживать высокую конкурентоспособность, нужно постоянно придумывать новое. С 2017 года продукцию из Сернура можно заказать в интернет-магазине. Он рассчитан на жителей Москвы и Санкт-Петербурга. В течение двух суток заказанные продукты будут доставлены покупателю прямо с завода. Это одно из перспективных направлений деятельности. Это дает возможность получить много полезной информации от потребителя.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Драчева Е.Л., Юликов Л.И. Менеджмент. [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Е.Л. Драчева, Л.И. Юликов — М.: Академия, 2012. — 288 с.;
2. Лукоз Агрохолдинг. [Электронный ресурс]/ [www.kozi.ru](http://www.kozi.ru).-Режим доступа: [http:// www.kozi.ru/sernurskiy-syrzavod/](http://www.kozi.ru/sernurskiy-syrzavod/);
3. Миронов М.Г. Ваша конкурентоспособность.[Электронный ресурс]: учебник / М.Г. Миронов — М.: АльфаПресс, 2009. — 425 с.;
4. Смирнова И.Л. Управление конкурентоспособностью предпринимательской организации в условиях повышения уровня ее капитализации.[Электронный ресурс]: учебник / И.Л. Смирнова – М., 2011. — 23 с.