

**ОАО «Минское
производственное кожевенное
объединение»**



ОАО «Минское производственное кожевенное объединение»



О предприятии



- ❑ **1988** год – завод построен и сдан в эксплуатацию итальянской фирмой Concerie Cogolo S.p.a.
- ❑ **26,7 га** – промышленная площадь
- ❑ **2017** год – завершена масштабная модернизация основных и вспомогательных производств
- ❑ **530 чел** – численность работников
- ❑ **11 МВт** – установленная мощность завода
- ❑ **200 м³/час** - установленная мощность водообеспечения (фактическое потребление 160 м³/час)
- ❑ **5 тыс.м³** – установленная мощность очистных сооружений (фактически потребляемая 2 тыс.м³)



В настоящее время предприятие выпускает широкий спектр натуральных кожевенных товаров из бычьего, коровьего, конского и свиного сырья, хромового и безхромового методов дубления, различных цветов и методов отделки для верха и подкладки обуви, для мебельного производства, для производства галантерейных изделий и одежды, для протезов, аксессуаров и музыкальных инструментов.



Производство



Преимущества ОАО «МПКО»



- ❑ Многолетние традиции качества, импортное технологическое оборудование и самые современные химические материалы, новейшие технологии обработки кож, наличие экспериментальной базы.
- ❑ Выгодное транспортное положение (железнодорожная ветка на территории предприятия, 10 км до г. Минска и 3 км до международной трассы М1).
- ❑ Близость основных транспортно-логистических центров
- ❑ Высококвалифицированный персонал, в том числе возможность обучения работников на производстве
- ❑ Наличие сырьевой базы для реализации проектов
- ❑ Широкая сеть производственных и сбытовых партнеров
- ❑ Наличие полной системы водоснабжения и канализации, электроснабжения, газоснабжения, вентиляции



Система менеджмента качества

- ❑ С целью повышения экспортного потенциала предприятия, производства качественной и конкурентоспособной на внутреннем и внешнем рынках продукции в организации внедрена и успешно функционирует система менеджмента качества в соответствии с требованиями СТБ ISO 9001-2009. Сертификат зарегистрирован в Реестре Национальной системы подтверждения соответствия РБ под N° ВУ/112 05.01. 019 00634 .
- ❑ Продукция, выпускаемая предприятием, имеет декларации о соответствии качества в рамках Таможенного союза.
- ❑ Контроль качества продукции осуществляется в организации по следующим направлениям:
 - входной контроль сырья, химических материалов, нового оборудования, запасных частей, комплектующих изделий;
 - контроль соблюдения технологической дисциплины в процессе производства;
 - контроль качества готовой продукции.

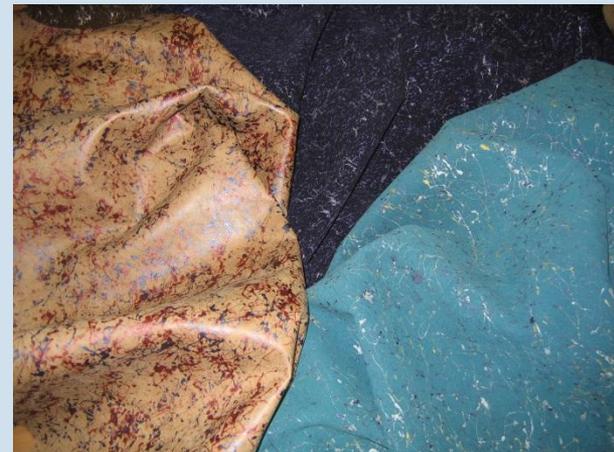
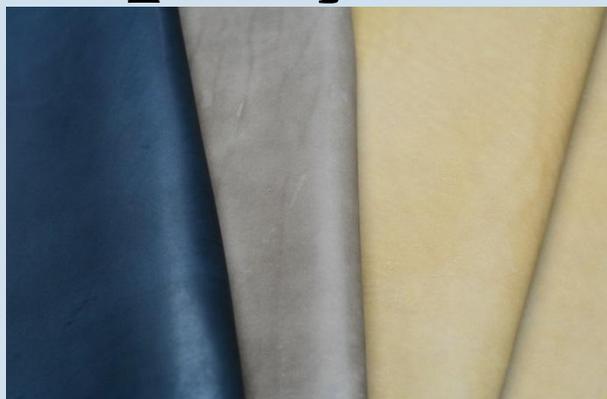
Международный экологический аудит



- Положительным аспектом в развитии предприятия являлось прохождение в 2016 году предварительного этапа международного экологического аудита LWG ENVIRONMENTAL AUDIT. Данный аудит проводился компанией LWG (Leather Working Group) Германия.
- В марте 2018 года предприятие успешно прошло процедуру повторного международного экологического аудита и является **первым и единственным аттестованным предприятием** на территории Республики Беларусь с "рейтингом В".



Наша продукция



SWOT

ОАО «МПКО»

	Возможности (O)	Угрозы (T)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выход на новые зарубежные рынки 2. Расширение ассортимента выпускаемой продукции 3. Увеличение текущей доли рынка 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Конкуренция со стороны товаров-заменителей 2. Снижение уровня жизни - укрепление позиций местных сборщиков - расширение продаж в низком ценовом сегменте 3. Замедление роста текущих рынков
Сильные стороны (S)	МЕРОПРИЯТИЯ СиВ	МЕРОПРИЯТИЯ СиУ
<ol style="list-style-type: none"> 1. Высокое качество продукции 2. Индивидуальный подход в работе с партнерами 3. Широкий ассортимент продукции 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка и выпуск новых видов продукции (перегрузочное оборудование, герметизаторы, противопожарные ворота, двустворчатые ворота) 2. Использование различных механизмов поиска партнеров на зарубежных рынках для выхода на новые рынки 3. Совместное с партнерами участие в выставках для продвижения продукции, увеличения продаж и доли рынка 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Согласование гибких скидочных и бонусных программ для партнеров для поддержания темпов роста продаж 2. Комплексное предложение широкого спектра продукции для охвата максимальной целевой аудитории покупателей, благодаря возможностям ГК
Слабые стороны (W)	МЕРОПРИЯТИЯ СлВ	МЕРОПРИЯТИЯ СлУ
<ol style="list-style-type: none"> 1. Слабая известность бренда 2. Отсутствие собственного транспорта, невозможность организации отгрузок неполными фурами (лимит на минимальный заказ) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Совместное с партнерами продвижение бренда путем: рекламных акций, рекламы на радио, ТВ, банеры, участие в специализированных выставках и мероприятиях 2. Организация сотрудничества с крупными дистрибьютерами на рынке, готовыми обслуживать более мелких, аккумулируя их заказы, для обеспечения ритмичных поставок полными фурами 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Организация доставки продукции собственным транспортом - снижение стоимости для партнера - снижение стоимости для конечного клиента 2. Активная маркетинговая поддержка партнеров, разработка и поставка необходимых образцов для продвижения продукции. Перевод печатных маркетинговых материалов на требуемые на том или ином рынке языки

Спасибо за
внимание!

