

эластичен по качеству, а особенно брендовости товара. Продукция мясного скотоводства активно будет иметь уникальные конкурентные преимущества, что связано с климатическими особенностями (резко выраженная смена времен года) и с сохраняющейся еще пока так называемой реликтовостью сельского хозяйства в РФ. Расходы, связанные с формированием линейки продукции повышенного качества мясного скотоводства и профинансированные государством, не считаются деформирующими реальную цену производства и поэтому допустимы правилами ВТО. Качественная говядина, очевидно, не является продуктом первой необходимости, поэтому, покупая её не часто, потребитель должен быть уверен в качестве продукта. Следовательно, акцент на производство качественной говядины есть способ обеспечения конкурентоспособности отрасли.

Государственная поддержка молочного подкомплекса из «желтой» корзины заключается в субсидировании производителей молока в расчете на 1 кг продукции. По данным ОЭСР доля господдержки производителей, реализуемая посредством перечисления трансфертов от потребителей и налогоплательщиков сельхозтоваропроизводителям (PSE) в цене стоимости произведенного молока составляет 29%, тогда как в США и ЕС 5% и 2% соответственно. Для уменьшения PSE целесообразно перейти к расчету субсидий на 1 голову дойного стада, дифференцировав их величину от минимального значения, определяемого фиксированием нижней границы продуктивности поголовья, до максимального значения, зависящего от потенциально возможного уровня продуктивности, достигаемого в различной технологической среде.

Представляется, что применение субсидий в расчете на единицу поголовья с дифференциацией по уровню продуктивности, окажет позитивное воздействие на изменение производственной структуры молочного подкомплекса и его модернизацию. Устанавливая нижнюю границу продуктивности, государство задает минимальный стандарт эффективности производства молока. Максимальный уровень продуктивности поголовья, за которым производитель лишается субсидий, задает технологический и экологический стандарты производства, обеспечивая заданное качество продукта, к тому же находящихся в динамической зависимости от объемов производства молока.

В целом, государственная поддержка продукции крупного скотоводства нацелена на адаптацию сельскохозяйственных производителей к изменениям внешней среды, позволяя повышать конкурентоспособность по издержкам, цене, качеству и безопасности говядины и молока.

УДК 332.024

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ РЫНКА ПРИ ОСВОЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА НОВОГО ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННОГО ВИДА ПРОДУКЦИИ

Синельников В.М. к.э.н., доцент, **Каримов С.Б.**, магистрант
Белорусский государственный аграрный технический университет

На современном этапе развития экономики АПК со всей остротой проявляется необходимость решения проблем экономической безопасности республики и наращивания экспортного потенциала.

Хлебопекарная промышленность — одна из главных стратегических отраслей пищевой промышленности Беларуси. Хлебопекарные предприятия вырабатывают около 57 % хлеба и хлебобулочных изделий от общего объема производства в республике, обеспечивая свыше 6 млн чел. населения, поставляют свою продукцию в г. Минск, другие регионы республики, а также на экспорт. Особая роль в решении задач обеспечения населения высококачественной хлебобулочной продукцией принадлежит крупным предприятиям, эффективная работа которых во многом определяет социальную стабильность страны [1].

КУП «Минскхлебпром» постоянно расширяет ассортимент своей продукции. Это позволяет предприятию осваивать новые ниши, оставаться монополистом на рынке хлебобулочных и кондитерских изделий. Приоритетной задачей объединения является разработка и внедрение новых продуктов на рынке. Для этих целей выделяются средства на проведение маркетинговых исследований, в рамках которых разрабатываются новые виды продукции, прогнозируется спрос на нее на рынке, определяются объемы производства.

В настоящее время на КУП «Минскхлебпром» разрабатывается проект производства мягких вафельных изделий, спрос на которые растет с каждым годом. Проект для предприятия будет являться импортозамещающим, позволяющим выпускать продукцию, соответствующую европейским аналогам, разнообразить ассортимент и иметь дополнительные возможности с 2015 года увеличения объемов производства, ориентированных на достижение значимого социально-экономического эффекта.

Для этого необходимо рассчитать показатели эффективности инвестиционного проекта, такие как: приведенный доход, чистый приведенный доход, период окупаемости, норма внутренней рентабельности, индекс рентабельности инвестиций. Также будут рассмотрены прогнозные показатели объемов производства новой продукции, изменение прибыли хлебозавода в целом [2].

Однако первоочередной задачей при реализации инвестиционного проекта является проведение маркетинговых исследований и оценка рынка сбыта.

Проект рассчитан на производство 280 тонн продукции в год при двухсменном режиме работы.

Проведенные маркетинговые исследования показали, что на рынке города Минска представлены мягкие вафли, произведенные в РФ (Республика Татарстан, г. Набережные Челны). Поскольку аналогичной продукции в Республике Беларусь не производится, у КУП «Минскхлебпром» есть возможность стать единственным крупным производителем этого вида продукции в республике.

Для того чтобы дать всестороннюю оценку необходимости и возможности реализации проекта на конкретном предприятии с учетом существующего макроэкономического состояния внешней среды необходимо выполнить SWOT-анализ новой продукции предприятия (мягкие вафли) (таблица 1).

Таблица 1 – Оценка факторов SWOT-анализа

Сильные стороны (S)	высокое качество продукта
	возможность обеспечить крупный объем производства
	признанный рыночный лидер
Слабые стороны (W)	отсутствие заказчиков на новую продукцию
	отсутствие у покупателей и потребителей информации о появлении новой продукции
Возможности (O)	доминирование над конкурентами в этом сегменте рынка
	расширение ассортимента производимой продукции предприятия
	привлечение новых покупателей
Угрозы (T)	изменение потребительских предпочтений
	угроза появления новых конкурентов

Рассмотрев сильные и слабые стороны, возможности и угрозы внедрения технологической линии, а также расставив факторам оценки приоритетности, можно сделать анализ (SWOT-матрица), который позволит рассмотреть возможности и угрозы КУП «Минскхлебпром» с учетом сильных и слабых сторон, которые существуют на предприятии (таблица 2):

Секция 6: Повышение экономической эффективности АПК на основе инновационной модернизации производства

Таблица 2 – SWOT-матрица для новой продукции КУП «Минскхлебпром»

SWOT-матрица	Возможности		Угрозы
	О		Т
Сильные стороны	S	1. Благодаря высокому качеству продукции, предприятие будет доминировать над своими конкурентами. 2. КУП "Минскхлебпром" является лидером на рынке, следовательно, имеет отличную возможность привлечь новых покупателей, благодаря известности своего бренда.	1. Поддержание продукции высокого качества с демократичным уровнем цен, наряду с узнаваемостью бренда КУП "Минскхлебпром" снизит риск появления новых конкурентов и обеспечит преимущества в конкурентной борьбе. 2. КУП "Минскхлебпром" необходимо следить за изменением потребительских предпочтений, чтобы регулировать объем выпуска своей продукции.
Слабые стороны	W	1. Доминирование предприятия на данном сегменте рынка позволит отчислять необходимые средства для продвижения продукции, тем самым увеличивая информированность потребителей и покупателей о новом продукте. 2. Увеличение числа покупателей приведет к росту числа заказов на поставки мягких вафель.	1. КУП "Минскхлебпром" следует наработать собственную клиентскую базу по новому продукту и сформировать каналы продвижения продукции, чтобы иметь гарантированный сбыт.

Проанализировав данную таблицу, можно сделать вывод о том, что на предприятии следует сделать упор на обеспечение высокого качества продукции, проработать схемы продвижения продукции на рынок, сформировать собственную клиентскую базу. Этот фактор играет важную роль в повышении конкурентоспособности КУП «Минскхлебпром». Благодаря этому, покупатели не сомневаются в качестве производимой предприятием продукции и отдают ему свое предпочтение.

На основании анализа SWOT-матрица можно заключить, что предлагаемая к выпуску продукция, а именно мягкие вафельные изделия будет востребована на рынке. Запланированный объем производства 280 тонн сможет удовлетворить потребность населения города Минска и частично Минской области.

Анализ чувствительности NPV проекта показал, что значение данного показателя сильно зависит от изменения цены на продукцию. В то же время, NPV слабо зависит от изменения стоимости покупного оборудования, так как инвестиции в сравнении с получаемыми доходами небольшие. По итогам работы следует сделать вывод, что данный инвестиционный проект прибылен и его реализация целесообразна для предприятия.

Литература

1. Сельское хозяйство Республики Беларусь: статистический сборник / И.В. Полещук, Е.М. Палковская, С.Е. Сазонова, З.А. Озерец; под редакцией И.А. Костевич. - Минск, 2014. - 395 с.
2. Экономика предприятий и отраслей АПК. Практикум / А.А. Зеленовский, А.В. Королев, В.М. Синельников – Минск: Издательство Гревцова, 2009. – 320 с.