

мирующийся) спрос, снижающийся, колеблющийся спрос, превышение спроса над предложением и др. Во всех случаях использование агромаркетинга – одно из важных направлений управления предприятием, оказывающих на него активное влияние.

Функция прогнозирования предусматривает установление показателей агромаркетинговой деятельности на перспективу, поскольку поведение потребителей сельскохозяйственной продукции носит преимущественно вероятностный характер.

Функция планирования представляет собой формирование целевой программы деятельности и ее обеспечение необходимыми материальными ресурсами. Эта функция предусматривает прогнозирование, программирование, проектирование, для реализации которых составляются различные маркетинговые модели, которые позволят достигнуть более обоснованных результатов в рамках разработки планов.

На основании всего вышеперечисленного можно сказать, что маркетинг, повышая эффективность и прибыльность, является неотъемлемой частью управления предприятия, выступая интеллектуальной основой экономического роста. Повышение активности маркетинговой инфраструктуры агробизнеса является важнейшим фактором преодоления спада сельскохозяйственного производства, реализации структурных сдвигов в экономике.

Развитие маркетинга на предприятиях АПК Республики Беларусь необходимо, так как правильно организационная маркетинговая деятельность поможет сельскому хозяйству перейти на новый уровень развития.

УДК 658.8.012.12

А. Кадет

(Республика Беларусь)

Научный руководитель М.С. Назарова, к.э.н., доцент
Белорусский государственный аграрный технический университет

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

На современном этапе развития конкурентной среды на товарных рынках и в условиях интеграции Республики Беларусь в международную экономику первостепенное значение для предприятий

перерабатывающей промышленности, в том числе кондитерских, приобретает разработка новых подходов к прогнозированию развития предприятий с целью достижения ими высокого уровня конкурентоспособности как важнейшего условия их функционирования.

Рынок кондитерских изделий является одним из наиболее развитых с точки зрения конкуренции. Основными тенденциями кондитерской отрасли являются процессы слияний и поглощений, проявляющиеся в образовании диверсифицированных холдингов, концернов и групп компаний в результате горизонтальной интеграции, что приводит к повышению прибыльности предприятий.

В настоящее время кондитерская продукция в Республике Беларусь выпускается более 180 предприятиями разных форм собственности, из них в состав концерна «Белгоспищепром» входят 8 наиболее крупных: СП ОАО «Спартак», СОАО «Коммунарка», ОАО «Красный пищевик», ОАО «Красный Мозырянин», ОАО «Кондитерская фабрика «Слодych», ОАО «Конфа», СП «Ивкон» ОАО, СООО «Первая шоколадная компания». Доля данных изготовителей в объеме производства составляет около 70 % (рисунок).

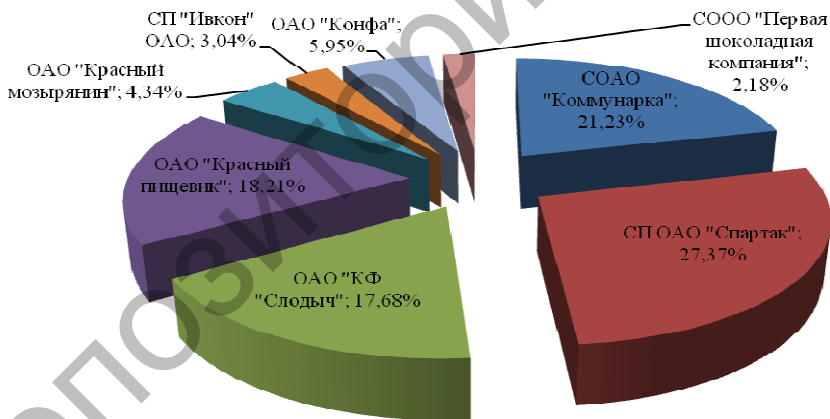


Рисунок – Доля компаний в зависимости от объема поставок продукции на внутренний рынок Республики Беларусь в 2017 году

На долю Департамента по хлебопродуктам, КУП «Минскхлебпром», УПП «Витьба» и прочих изготовителей приходится около 30 % производства кондитерских изделий. Ежедневно вырабатывается более 300 наименований кондитерских изделий. В объеме выпуска

кондитерских изделий наибольший удельный вес занимают СП ОАО «Спартак» (18 %), СОАО «Коммунарка» (14 %), ОАО «Красный пищевик» (11 %), ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч» (10 %), СП «Ивкон» ОАО (5 %).

Исследованиями установлено, что инструментами конкурентной борьбы на отечественном рынке, используемыми иностранными производителями, выступают частая модернизация ассортимента, масштабная агрессивная коммуникационная политика, бренди-рование кондитерской продукции, эффективная работа с каналами распределения, ВТЛактивность, тщательная проработка ассортимента, упаковки, использование действенных способов позиционирования и эмоционирования.

Установлено, что для регулирования импорта и защиты отечественного рынка в Республике Беларусь применяются ввозные таможенные пошлины, лицензирование импорта кондитерских изделий и сырья для их производства из-за пределов территории Таможенного союза (введено с 1 июня по 30 ноября 2014 г.), сертификация продукции. С целью оптимизации сальдо внешней торговли и сокращения импорта проводится работа по стимулированию развития импортозамещающих производств. Большинство кондитерских изделий не относятся к товарам критического импорта (в отличие от таких видов сырья, как какао-бобы и какао-масло), для их изготовления создана определенная сырьевая база, имеются производственные мощности.

Конкурентные преимущества отечественных производителей кондитерских изделий заключаются в следующем: знание рынка, известность среди белорусских потребителей, относительно высокий уровень качества, наличие в составе продукции преимущественно натуральных ингредиентов, постоянно повышающийся уровень модернизации производства.

В последние годы в кондитерской отрасли происходят значительные изменения связанные. Так отечественные производители занимают лидирующие позиции практически во всех сегментах рынка, это связано, прежде всего, с изменением структуры спроса и активным развитием сегмента класса премиум.

Однако отечественная продукция нередко уступает импортной по разнообразию и частоте обновления ассортимента, цене, привлекательности и качеству упаковки, маркетинговой поддержке.

Эти недостатки необходимо учитывать в дальнейшем при производстве и реализации кондитерской продукции, предназначенной как для внутреннего рынка, так и для экспорта.

Таким образом, с целью сохранения конкурентных позиций отечественных производителей на белорусском рынке наряду с мерами государственного регулирования импорта требуются инвестиции в развитие материально-технической базы, совершенствование сбытовой сети, маркетинговые исследования предпочтений потребителей, дальнейшее обновление ассортимента выпускаемой продукции, совершенствование ее упаковки и расфасовки, осуществление целенаправленной политики стимулирования сбыта при сотрудничестве с организациями торговли.

УДК 338.31

В. Коршук

(Республика Беларусь)

Научный руководитель М.С. Назарова, к.э.н., доцент
Белорусский государственный аграрный технический университет

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ В АГРОБИЗНЕСЕ

Сельское хозяйство обеспечивает продовольственную безопасность страны и формирование значительной части ее валового внутреннего продукта. В структуре агропромышленного комплекса (АПК) страны создан и активно функционирует развитый научно-информационный комплекс, способный решать важные задачи обеспечения высокого научного и технологического уровня развития сельскохозяйственного производства.

Повышение эффективности работы отраслей АПК связано, прежде всего, с поиском резервов и оптимальных путей рационального использования земельных, материально-технических, трудовых ресурсов, организационно-экономических, технологических и природных факторов, что в свою очередь захватывает и процесс информатизации.

Исследованиями установлено, что в период развития рыночных отношений информационные технологии, приобретают значимый характер. Так информация становится основным ресурсом научно-