

деятельностью, сотрудничать с представителями органов власти по привлечению инвестиций в инфраструктуру сельского туризма, представителями СМИ, деловых кругов, фермерами и заинтересованными лицами с целью продвижения туристического бренда, популяризации агротуризма как основы формирования принципов устойчивого развития сельских территорий.

УДК 339.137.2

**Е.С. Портянко**

(Республика Беларусь)

Научный руководитель В.Л. Мисун, ст. преподаватель  
Белорусский государственный аграрный технический университет

## **СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА**

Основным критерием успешности ведения сельского хозяйства в современных условиях является уровень конкурентоспособности продукции и предприятия в целом. Выпуск качественной, недорогой, конкурентоспособной продукции и услуг по сравнению с аналогами – главная задача любого предприятия. Функционирование предприятий происходит в условиях жесткой конкурентной борьбы между товаропроизводителями.

Предприятия АПК выполняют одну из важнейших задач снабжения населения государства качественными продуктами питания. При функционировании сельскохозяйственных предприятий важным является исследование конкурентов, их преимуществ, каналов сбыта, потребности, спроса на продукцию, цены, исследование емкости рынка, определение доли предприятия в общем объеме продажи продукции данного ассортимента, анализ рыночной ситуации, исследование динамики объема продаж, изучение мнений покупателей и потребительских предпочтений.

Любое предприятие в процессе своей деятельности решает проблему повышения собственной конкурентоспособности. Конкурентное преимущество хозяйствующего субъекта складывается из ряда положительных аспектов, выявляющихся на рынке путем сопоставления с определенными показателями предприятий-конкурентов. Этот процесс совершенно естественен, ведь в услови-

ях рыночной экономики стратегия повышения конкурентоспособности предприятия, в том числе и предприятий АПК, ориентирована на достижение конкурентных преимуществ, таких как обеспечение превышающих среднеотраслевой уровень доходов и их повышение, а также завоевание устойчивых позиций на рынке.

В настоящее время общепринятого определения конкурентоспособности нет, и оно трактуется в зависимости от того, к какому объекту (предмету) относится. В самом общем виде конкурентоспособность – это способность конкурировать с аналогичными товарами и на конкретном рынке, используя конкурентные преимущества для достижения поставленных целей. Объекты, обладающие конкурентоспособностью, можно разбить на четыре группы: товары, предприятия; отрасли (как объединение нескольких предприятий, предлагающих товары или услуги); регионы (районы, области, страны или их группы). Таким образом, конкурентоспособность – сложная экономическая категория, которая может рассматриваться на нескольких уровнях.

Задача повышения конкурентоспособности предприятий АПК обусловлена необходимостью их немедленной реакции на изменения (колебания) рыночного спроса, быстрой адаптации к изменениям востребованной рынком продукции.

Конкурентоспособность продовольственной продукции является результатом взаимодействия комплекса факторов. Данные факторы представляют собой силы, взаимодействующие не только на качество производимой продукции, но и на деятельность предприятия, также вызывающие изменение абсолютной и относительной величин затрат на производство, прибыли, а в результате – изменение уровня конкурентоспособности предприятия. Факторы могут воздействовать как в сторону повышения конкурентоспособности предприятия, так и в сторону уменьшения.

Механизм управления конкурентоспособностью продукции предприятий АПК базируется на необходимости соответствия продукции потребностям потребителей, а также возможностям предприятия. Современная система управления должна применять следующие инструменты:

- исследовательский (мониторинг запросов и потребностей покупателей, анализ товаров и цен конкурентов и пр.);
- маркетинговый (разработка креативного предложения предприятием АПК с учетом его производственных мощностей и целей).

Механизм управления конкурентоспособностью предприятия АПК учитывает микро- и макроэкономические показатели маркетинговой среды, сохраняет и максимизирует устойчивые конкурентные преимущества предприятия в целом, разрабатывая и внедряя в хозяйственную деятельность различные стратегии развития предприятия с перспективой повышения его конкурентоспособности на рынке.

Для повышения конкурентоспособности предприятий АПК применяют кластерный подход. Основными задачами кластеров АПК можно назвать привлечение в экономику региона инвестиций, формирование, развитие и совершенствование кадрового потенциала путем преобразования системы профессионального образования и модернизацию существующих производств.

Предприятия-участники организованного кластера АПК, имеют возможность привлечения ресурсов с целью реализации совместных международных проектов, тем самым повышая конкурентоспособность своих предприятий.

Создание и эффективное функционирование предприятий АПК на основе кластерного подхода предполагает наличие современной высокотехнологичной промышленной зоны для размещения сельскохозяйственных и промышленных производств на территории инфраструктуры кластера с задачей выпуска конкурентоспособной современной продукции не только для внутреннего, но и для внешнего рынка.

Внедрение и реализация предложенных направлений повышения конкурентоспособности, возможны для устойчивого развития как предприятий АПК, так и отрасли в целом.

УДК 005.334

**Д.П. Ременчук**

(Республика Беларусь)

Научный руководитель В.Л. Мисун, ст. преподаватель  
Белорусский государственный аграрный технический университет

## **СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ**

В современных условиях ведения производственной деятельности субъектами хозяйствования все большее внимание начинает уделяться управлению рисками. Данный интерес вызван необходимостью грамотного «встраивания» подсистемы управления рисками в общую систему управления организацией с целью обезопасить ее от негатив-