

Таким образом, Алтайский край решает одну из главных задач Доктрины продовольственной безопасности России – снижение зависимости отечественного продовольственного рынка от импорта.

### Список литературы

1. Кундиус В. А. Социально – экономический потенциал экологического сельского хозяйства и экологического туризма на Алтае: монография / В. А. Кундиус, О. Ю. Воронкова, И. В. Ковалева, Т. В. Стрельцова, Д. Г. Галкин, М. В. Петрова. – Барнаул: Азбука, 2017. – 156 с.
2. Управление Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай [Электронный ресурс]. // [https://astat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/akstat/ru/statistics/altayRegionStat/enterprises/agriculture](https://astat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/akstat/ru/statistics/altayRegionStat/enterprises/agriculture)
3. Экономика агропродовольственного рынка: учебное пособие / под ред. И. А. Минакова. – М. : Инфра – М, 2014. – 232 с.

УДК 339. 137. 22

### АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОАО «ОСИПОВИЧСКИЙ КОНСЕРВНЫЙ ЗАВОД»

*Ананич Елена Андреевна, студент  
Бородинская Евгения Михайловна, науч. руков., канд. экон. наук,  
доцент, БГАТУ, г. Минск*

**Аннотация:** В работе выполнен анализ конкурентных преимуществ ОАО «Осиповичский консервный завод» с использованием метода SWOT – анализа. Предложены основные направления повышения конкурентоспособности предприятия.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентные преимущества, анализ, оценка, овощеконсервный подкомплекс, плодоовощная продукция.

Проблема обеспечения населения плодоовощной продукцией не теряет своей актуальности, поскольку восполняет дефицит витаминов, минеральных солей и других биологически активных соединений. В этой связи, формирование конкурентоспособного отечественного производства овощеконсервной продукции является одной из важнейших задач обеспечения продовольственной безопасности страны. Повышение конкурентоспособности овощей и продуктов их переработки является необходимым условием эффективного функционирования овощеконсервного подкомплекса на внутреннем рынке.

ОАО «Осиповичский консервный завод» является передовым белорусским предприятием, включающим в свою производственную деятельность широкий ассортимент продуктов. На сегодняшний день ОАО «Осиповичский консервный завод» специализируется на производстве плодоовощной и соковой продукции.

Многогранность категории «конкурентоспособность» обуславливает существование разнообразных подходов к её определению и оценке конкурентных преимуществ предприятия. Вместе с тем, нам представляется корректным определение конкурентного преимущества как системы, обладающей какой – либо эксклюзивной ценностью, дающей ей превосходство над конкурентами в экономической, технической и организационной сферах деятельности, возможность более эффективно распоряжаться имеющимися ресурсами [1, с. 34].

Анализ конкурентных преимуществ организации позволяет определить дальнейшую стратегию развития, и вместе с тем, определяет успешность деятельности предприятия в будущем. В работе для анализа конкурентоспособности объекта исследования – ОАО «Осиповичский консервный завод», мы использовали метод SWOT – анализа, результаты которого представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Карта SWOT – анализа ОАО «Осиповичский консервный завод»

Сильные стороны (S)		Баллы
1. Относительно низкие цены на продукты по сравнению с основными конкурентами		4
2. Использование натурального экологически чистого сырья		5
3. Доминирующее положение на региональном рынке овощных консерв		4
4. Наличие высококвалифицированных кадров		5
5. Наличие фирменной торговой сети		5
6. Наличие надежных источников сырья		4
ИТОГО		27
Слабые стороны (W)		
1. Устаревшее оборудование и технологии		5
2. Слабая маркетинговая деятельность		5
3. Относительное качество продукции		4
4. Узкий ассортимент выпускаемой продукции		4
5. Несовременная упаковка продукции		3
6. Дефицит финансовых ресурсов		5
ИТОГО		26
Возможности (O)		Баллы
1. Модернизация оборудования		5
2. Привлечение инвестиций		3
3. Активизация маркетинговой деятельности		4
4. Повышение качества продукции		5
5. Выход на новые рынки сбыта		4
6. Модернизация упаковки продукции		5
ИТОГО		25
Угрозы (T)		
1. Усиление конкуренции		5
2. Сокращение поставок сырья		3
3. Усиление государственного регулирования отрасли и рост налогообложения		5
4. Рост себестоимости продукции		4
5. Усиление текучести кадров		4
6. Изменение вкусов и запросов потребителей		5
ИТОГО		26

Баллы в таблице 1 отражают значимость показателя, его влияние соответственно на возможности, угрозы, сильные стороны и слабые стороны: 5 – очень высокое значение, 4 – высокое, 3 – среднее, 2 – низкое, 1 – очень низкое.

Анализ данной матрицы позволит определить направления стратегического развития предприятия, на котором необходимо сконцентрировать имеющиеся силы предприятия с целью укрепления его положения на внутреннем рынке.

С целью определения будущей стратегии ОАО «Осиповичский консервный завод» составлена обобщенная матрица SWOT – анализа (табл. 2).

Таблица 2 - Обобщенная матрица SWOT – анализа ОАО «Осиповичский консервный завод»

	Возможности (О) сумма баллов – 25	Угрозы (Т) сумма баллов – 26
Сильные стороны (S) сумма баллов – 27	675	702
Слабые стороны (W) сумма баллов – 26	650	<b>728</b>

В данном случае максимальное значение обобщенной матрицы оказалось на пересечении слабых сторон и угроз предприятия, из чего следует, что деятельность предприятия должна быть направлена на укрепление слабых сторон с использованием выявленных угроз исследуемого объекта.

Итак, по результатам SWOT – анализа конкурентных преимуществ ОАО «Осиповичский консервный завод» можно определить такие направления повышения конкурентоспособности, как обновление устаревшего оборудования и технологий, активизация комплексной маркетинговой деятельности, повышение относительного качества продукции, расширение ее ассортимента.

Можно также сделать вывод, что для дальнейшего развития ОАО «Осиповичский консервный завод» целесообразно использовать стратегию сохранения позиций, применение которой позволит, во – первых, удержать положение на рынке, а во – вторых, путём улучшения качества продукции, стимулирования сбыта, активизации рекламной деятельности увеличить оборачиваемость оборотных средств предприятия и тем самым снизить дефицит финансовых ресурсов. Что, в свою очередь, даст дополнительные возможности для внедрения новых технологий, обновления производственных мощностей, повышения квалификации работников и привлечения высококвалифицированных специалистов.

### Список литературы

1. Лавренова, Г. А. Формирование конкурентных преимуществ современного предприятия / Г. А. Лавренова, С. И. Сысоев. – Экономинфо. – 2018. – Т. 15. – № 4. – С. 34 – 39.