

В результате внедрения отдела управления рисками может быть разработан комплекс мероприятий, который позволит оценить возможные риски предприятия, количественно оценить их, основываясь на комплексном анализе финансовой и бухгалтерской отчетности. Внедрение данного отдела поможет предприятию быстро и эффективно устранить имеющиеся риски и предотвратить возникновение их новых видов.

УДК 631.15 (476.6)

Анна Грибова
(Республика Беларусь)

Научный руководитель А.А. Козлов, к.с.-х.н., доцент
УО «Гродненский государственный аграрный университет»

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ НА РАЗВИТИЕ ОАО «АГРОКОМБИНАТ «СКИДЕЛЬСКИЙ» С ПОМОЩЬЮ PEST-АНАЛИЗА

Обязательным условием при разработке стратегии предприятия является анализ не только внутренних условий деятельности организации, но и внешних. Для изучения политических, экономических, социальных и технологических факторов влияющих на разработку планов и стратегий организации, а также сохранения конкурентных преимуществ используют PEST-анализ.

В таблице 1 выделены основные внешние факторы, оказывающие воздействие на ОАО «Агрокомбинат «Скидельский», представлена степень их влияния на деятельность предприятия, а также вероятность изменения каждого фактора в будущем. В качестве экспертов выступили главные специалисты отдела сбыта и отдела внешнеэкономической деятельности и маркетинга ОАО «Агрокомбинат «Скидельский».

Преобладающее влияние на деятельность организации оказывают следующие факторы: снижение уровня располагаемых доходов населения, девальвация национальной валюты, снижение стабильности в обществе, усиление требований к качеству товара.

Таблица 1 – PEST-анализ ОАО «Агрокомбинат «Скидельский»»

Факторы PEST	Влияние фактора (Экспертная оценка)				Изменение фактора (Экспертная оценка)				Средневзвешенная
	1 Эксперт	2 Эксперт	3 Эксперт	Средняя	1 Эксперт	2 Эксперт	3 Эксперт	Средняя	
Политические факторы									
Снижение стабильности в обществе	4	3	4	3,67	1	2	2	1,6	6,11
Количественные и качественные ограничения на экспорт продукции в Россию	4	3	3	3,33	1	2	1	1,3	4,44
Усиление государственного регулирования цен	3	4	4	3,67	1	1	1	1,0	3,67
Экономические факторы									
Снижение уровня располагаемых доходов населения	5	5	4	4,67	2	2	1	1,6	7,78
Девальвация национальной валюты	4	5	4	4,33	2	2	1	1,6	7,22
Дефицит оборотных средств	3	5	4	4,00	1	1	2	1,3	5,33
Социальные факторы									
Рост мобильности населения	3	2	4	3,00	2	1	2	1,6	5,00
Усиление требований к качеству продукции	4	4	5	4,33	1	1	2	1,3	5,78
Снижение престижа аграрного труда	3	3	4	3,33	1	2	1	1,3	4,44
Технологические факторы									
Повышение инновационной активности предприятий-конкурентов	4	4	4	4,00	1	1	1	1,0	4,00
Отсутствие своевременной модернизации производства	4	3	3	3,33	1	2	1	1,3	4,44

Исходя из вышеизложенных обстоятельств, необходимо проанализировать воздействие данных факторов и разработать мероприятия по потенциальным возможностям для организации.

Таблица 2 – Результаты PEST-анализа ОАО «Агрокомбинат «Скидельский»

Факторы PEST	Воздействие внешних факторов	Мероприятия организации
Политические факторы		
Снижение стабильности в обществе	Уменьшение объема реализации продукции	Разработка стратегии по увеличению экспорта продукции, расширение каналов сбыта за рубежом
Количественные и качественные ограничения на экспорт продукции	Существенная потеря российского рынка	Диверсификация международной торговли, развитие новых внутренних рынков сбыта
Усиление государственного регулирования цен	Отказ торговых сетей от продажи товаров из-за низкой торговой наценки, ограничение каналов сбыта продукции	Выработка мероприятий по снижению себестоимости продукции: увеличение производства продукции; повышение производительности труда; сокращение технологических потерь и производственного брака
Экономические факторы		
Снижение уровня располагаемых доходов населения	Снижение спроса у потребителей, приобретение товаров «первой необходимости»	Увеличение производства социально-значимых товаров: свинины, говядины, мяса птицы, яиц, муки пшеничной
Девальвация национальной валюты	Увеличение цен на импортное сырье и материалы	Поиск необходимых товаров на отечественном рынке
Дефицит оборотных средств	Усиление позиций компаний, обладающих собственными средствами. Сокращение программ кредитования	Снижение товарных запасов. Отказ от поставщиков, не предоставляющих отсрочек по платежам
Социальные факторы		
Рост мобильности населения	Отток квалифицированных работников, повышение «текучести» кадров	Совершенствование системы стимулирования труда, повышение информатизации деятельности, внедрение информационно-коммуникативных технологий

Факторы PEST	Воздействие внешних факторов	Мероприятия организации
Усиление требований к качеству продукции	Расширение маркетинговой деятельности, расширение системы ФОССТИС	Совершенствование системы обеспечения качества и безопасности продукции с учетом республиканских и международных требований, соответствие трендам в питании населения
Снижение престижа аграрного труда	Отсутствие кадрового резерва, «текучесть» кадров	Заключение целевых договоров на обучение в аграрных средних специальных и высших учебных заведениях, предоставление льгот и дополнительных социальных гарантий
Технологические факторы		
Повышение инновационной активности предприятий-конкурентов	Высокое качество товара и сервиса у предприятий-конкурентов.	Финансирование инновационных проектов, поиск и привлечение сторонних финансовых ресурсов.
Отсутствие своевременной модернизации производства	Длительный производственный цикл изготовления продукции, потери и брак.	Обновление основных производственных фондов, по мере обнаружения различных неполадок техники и технологии, машин и оборудования.

Предложенные мероприятия в ходе исследования на основании PEST – анализа дают нам возможность своевременно оценить текущую ситуацию, складывающуюся в коммерческой и производственной деятельности ОАО «Агрокомбинат «Скидельский» и выработать дальнейшую стратегию действий.

УДК 658.811

Елизавета Гришанова
(Республика Беларусь)

Научный руководитель Э.М. Бодрова, к.э.н., доцент
Белорусский государственный экономический университет

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ

В настоящее время инструменты маркетинга все более часто используются в деятельности предприятий различных отраслей, в том числе и АПК. Особую значимость применение маркетинговых инструментов приобретает на этапе реализации готовой продукции.