

держки; развитие логистического потенциала; продвижение продукции и услуг на новые рынки; координация усилий деятельности всех заинтересованных субъектов; формирование привлекательного имиджа для региональных брендов; расширение возможностей для осуществления экспортных операций.

Формирование надлежущей инновационной инфраструктуры в регионах позволит существенно оздоровить их экономическое положение и будет весомым стимулом для их дальнейшего развития.

#### Список использованной литературы

1. Інноваційна Україна 2020 / За заг. ред. В. М. Гейця / Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://ief.org.ua/docs/nr/4.pdf>.
2. Антонок, Д.А. Методика оцінювання рівня розвитку інфраструктури підприємництва регіонів / Д.А. Антонок // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. – 2014. – №8. – С. 31–39.
3. Терещенко, В.Л. Стан та забезпечення інноваційної діяльності в Україні / В.Л. Терещенко, В.В. Терещенко // Глобальні та національні проблеми економіки: Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. – Вип. 11. – Миколаїв, 2016. – С. 800–806.

УДК 339.137.2

## ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

**Масловская С.С.,  
Парахневич Д.В.**

*УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,  
г. Минск*

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, производство молока, повышение конкурентоспособности, качество.

**Keywords:** competitiveness, dairy production, competitiveness, quality.

**Аннотация:** в статье рассмотрены основные проблемы в повышении конкурентоспособности продукции молочного комплекса Республики Беларусь.

**Summary:** the article describes the main problems in the higher Institute of competitiveness of the dairy complex of the Republic of Belarus.

С развитием рыночных отношений и усилением конкурентной борьбы за потребителя повышение конкурентоспособности продукции стало главной задачей товаропроизводителя в обеспечении его финансовой устойчивости. В данной взаимосвязи проблема увеличения конкурентоспособности молока и молочной продукции требует исследования теоретико-

методологических и практических рекомендаций, адекватных рыночным условиям хозяйствования.

Под конкурентоспособностью товара предполагается совокупность его высококачественных и стоимостных характеристик, которые гарантируют удовлетворение определенной необходимости покупателя и выгодно для потребителя отличается от аналогичных продуктов-конкурентов [1].

Рынок молока и молочных товаров – крупнейший сектор государственной продовольственной системы, который развивается в условиях твердой конкурентной борьбе по цене и качеству, создаваемых на всех стадиях – от производства сырья до конечного продукта.

Так как, объемы производства молока в настоящее время фактически в 2 раза превышают потребность внутреннего рынка и около 50 % молочной продукции поставляется на внешние рынки, появляется необходимость постоянного анализа факторов, характеризующих получение конкурентоспособной продукции, а так же выявление и использование резервов увеличения эффективности производства молока в условиях инновационной модернизации отрасли молочного скотоводства.

В данное время производством молока в республике занимаются 2300 сельскохозяйственных организаций, в то время как производством свинины – 107 комплексов, мяса птицы и яиц – 59 птицефабрик. Это говорит о высоком спросе населения республики на свежее молоко и продукты [2].

Большая роль этих организаций определяется высокой ценностью его конечной продукции в структуре питания населения республики. Научно обоснованная норма употребления молока и молочных продуктов составляет 380 кг на душу населения в год. Из них цельного молока – 120 кг, обезжиренного – 6,8, творога – 8, сыра – 6,6, сметаны – 5,8.

Необходимо отметить, что наши организации не всегда полноценно используют маркетинговые инструменты при реализации производимой продукции на внешнем рынке, поэтому агропромышленный комплекс несет большие убытки.

Основными проблемами в повышении конкурентоспособности продукции молочного комплекса можно считать:

- недостаточно развитая система менеджмента качества в АПК Беларуси;
- слабой стороной деятельности предприятий АПК является имеющаяся система маркетинга.

Внедрение системы повышения качества нередко требует коренного изменения корпоративной культуры. Особое внимание при этом следует уделить менеджерам среднего звена, их квалификации и приверженности системе качества. Именно от этого управленческого звена зависит возможность вовлечь рядовых сотрудников предприятия в процессы совершенствования производства и повышения качества производимой продукции [3].

Это, в свою очередь, предполагает поощрение получения работниками организации знаний и создание системы признания заслуг в области повышения качества. В результате организация формирует новую корпоративную культуру, повышая не только качество продукции, но и качество организации в целом

Таким образом, для повышения качества продукции и конкурентоспособности организации нужно сформировать следующие требования и подходы:

- постоянное усовершенствование продукции и постоянное улучшение системы менеджмента качества и ее инновация;
- развитие ассортимента, создание новейших видов продукции с улучшенными потребительскими свойствами;
- увеличение ассортиментного набора выпускаемой продукции;
- внедрение инновационных технологий и улучшение производства с учетом новейших достижений науки.

#### Список использованной литературы

1. Головачев, А.С. Конкурентоспособность предприятия: учеб.-метод. комплекс / А.С. Головачев. – Минск: Изд-во МИУ, 2012. – 285 с.
2. Сельское хозяйство Республики Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. ком. Республики Беларусь. — Минск, 2015.
3. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. пособие / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Изд-во Эксмо, 2004. – 540 с.

УДК 657

## РАЗВИТИЕ МЕТОДИК АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

**Маталыцкая С.К., к.э.н., доцент**

*УО «Белорусский государственный экономический университет», г. Минск*

**Ключевые слова:** прибыль, анализ, рентабельность.

**Keywords:** profit, analysis, profitability.

**Аннотация:** Совершенствование информационной базы и системы показателей, характеризующих финансовые результаты, предполагает развитие инструментальных процедур и методик анализа для управления финансовыми результатами.

**Summary:** Improving the information base and the system of indicators that characterize financial results implies the development of instrumental procedures and analysis techniques for managing financial results.

В анализе доходности бизнеса наиболее распространенным является коэффициентный метод оценки прибыли – расчет и анализ рентабельно-