

ботников в прибыли и управлении сельскохозяйственной организацией. Реализация данного предложения затруднена, в первую очередь, миноритарной долей работников-акционеров в уставном фонде, во-вторых, низким уровнем финансовой и правовой грамотности населения.

В этой связи, предлагается в структуре корпоративного управления сельскохозяйственными акционерными обществами создание комитета по взаимодействию с миноритарными акционерами. В его состав должны быть включены независимые представители (ученые, специалисты, за исключением государственных служащих), имеющие высшее экономическое (юридическое) образование. Реализация данного предложения позволит повысить эффективность управления акционерными сельскохозяйственными организациями.

Литература

1. Сельское хозяйство Республики Беларусь : стат. сборник. – Минск, 2019. // <http://www.belstat.gov.by/upload/iblock/429/429ae6b65d2b59e6e9f9e108ce690fbf.pdf> – [Электронный ресурс]. – Дата доступа : 20.09.2019.
2. О финансовом оздоровлении сельскохозяйственных организаций : Указ Президента Респ. Беларусь от 02.10.2018 г. № 399 // СИБ «Консультант Плюс». – [Электронный ресурс]. – Дата доступа : 09.04.2019.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПО СОЗДАНИЮ В БЕЛАРУСИ ЭКСПОРТНОЙ АССОЦИАЦИИ ПРОДУКЦИИ СВИНОВОДСТВА

Бурачевский А.А.

БГАТУ, г. Минск, Республика Беларусь

Для обеспечения роста эффективности основного вида экономической деятельности крупнотоварных специализированных организаций по производству свинины путем проведения эффективной политики по стимулированию конкурентоспособности экспорта на новых рынках, исходя из опыта других (в том числе соседних) стран, нам представляется целесообразным создать в рамках мясопродуктового подкомплекса АПК Ассоциацию экспортеров продукции свиноводства.

Цель создания и функционирования Ассоциации заключается в повышении конкурентоспособности производства и эффективности внешнеторговой деятельности организаций, экспортирующих продукцию свиноводства.

Задачи, которые следует поставить перед Ассоциацией экспортеров:

- проведение непрерывного мониторинга и выявление тенденций динамики конъюнктуры рынка и потребительских предпочтений в направлении изменения спроса на конкретные продукты, требования к ним (качественные, эстетические, вкусовые) и к упаковке;
- разработка рекомендаций белорусским экспортерам продукции свиноводства по формированию маркетинговой политики на рынке определенного региона;
- анализ деятельности конкурентов и обоснование выбора структуры производства мясной продукции для организаций-членов Ассоциации;
- создание условий для ознакомления зарубежных партнеров и потребителей с особенностями и преимуществами предлагаемой продукции;
- повышение технико-технологического уровня выращивания свиней, переработки туш и производства мясных изделий;
- формирование на зарубежных рынках устойчивого спроса на продукцию с национальными белорусскими особенностями [2];
- выстраивание транспортной, логистической, складской инфраструктуры экспорта продукции свиноводства.

Функции Ассоциации экспортеров продукции свиноводства, выполнение которых будет способствовать достижению цели и решению поставленных перед нею задач:

– организационная:

а) поиск партнеров на новых экспортных рынках: дистрибьюторов, логистических, транспортных, строительных, оптовых сбытовых, страховых фирм, банков;

б) внедрение в каждой организации принципов работы в соответствии с системой качества НАССР, торговой нормой ISO, стандартов производства GMP и GHP;

в) организация проведения контроля качества производимой продукции, в том числе лабораторного;

– информационная:

а) сбор, анализ и актуализация данных о конъюнктуре рынка, региональных и глобальных потребительских трендах, действии конкурентов, возможном появлении субституттов;

б) выявление на основе изучения практики функционирования передовых отечественных и зарубежных организаций позитивного опыта хозяйствования, новинок техники и технологий;

в) поиск, своевременное и точное распространение среди организаций, специализированных на производстве свинины, а также перерабатывающих предприятий мясопродуктового подкомплекса АПК информации о технологических, ветеринарных, экологических требованиях, предъявляемых к продукции и процессу производства на определенном рынке;

– представительская;

а) юридическая помощь, в том числе и при получении сертификатов соответствия на произведенную в Беларуси продукцию;

б) представление интересов организаций-членов на зарубежных рынках;

– разработки направлений действий:

а) определение вариантов поставок товаров за рубеж, построение логистических цепочек реализации;

б) маркетинговое исследование емкости и сегментов рынка, разработка бизнес-планов и формирование единой согласованной всеми заинтересованными членами Ассоциации торговой, сбытовой, ценовой, коммуникационной политики с учетом требований конкретного рынка по каждой группе товаров;

в) выработка стратегии повышения качества продукции, ее видового состава как важнейшего направления сохранения и укрепления доверия к экспортоориентированному ассортименту белорусских мясных изделий;

– “живая лаборатория”:

а) платформа для обмена идеями, повышения квалификации персонала, проведения семинаров, обсуждения влияния на результаты функционирования новых потребительских трендов и тенденций динамики цен и объемов спроса между специалистами Ассоциации, организаций-членов, органов государственного управления и научных работников [3];

б) площадка для ведения переговоров и разрешения спорных вопросов, например, оптимизации себестоимости свинины, согласования, экологического и экономического обоснования технологий производства с целью получения продукта с такими качественными параметрами, который бы удовлетворял всем специфическим требованиям конкретного рынка.

В состав участников Ассоциации экспортеров продукции свиноводства могут входить все заинтересованные организации независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности:

1. производители сырья (мясо на кости): сельхозпредприятия, крестьянские (фермерские) хозяйства;

2. перерабатывающие предприятия: мясокомбинаты (в подчинении Минсельхозпроду), частные фирмы без ведомственной подчиненности, цеха сельхозтоваропроизводителей и организаций системы Белкоопсоюза;

3. организации, осуществляющие научное обеспечение (консультации, исследования, проведение контроля качества продукции и процессов производства, сопровождение реали-

зации проектов) функционирования как отдельных организаций, так и Ассоциации в целом в соответствии с заключенными договорами.

Организации, являющиеся членами Ассоциации экспортеров, сохраняют хозяйственную самостоятельность и права юридического лица, поэтому жесткость взаимосвязей между ними может быть совершенно различной – от базовой координации технологической, маркетинговой, ценовой политики до наличия у части организаций одного собственника и (или) вхождения в единую технологическую цепочку [1].

Формирование Ассоциации по продуктовому признаку способствует преодолению ведомственной и территориальной разобщенности различных групп товаропроизводителей, а также проведению согласованной рыночной политики и обеспечению конкурентоспособности производства и сбыта.

Литература

1. Назарова, М. Концептуальные основы управления маркетинговой деятельностью в интегрированных формированиях агропромышленного комплекса / М. Назарова // Аграрная экономика. – 2017. – № 4. – С. 54-66
2. Проц, Т.А. Зарубежный опыт стимулирования экспорта продукции мясоперерабатывающих предприятий и возможности его применения в Беларуси / Т.А. Проц, А.В. Данильченко // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. – 2019. - № 5. – С. 28-35
3. Слонимская М.А., Сетевые формы организации экономики / М.А. Слонимская ; науч. ред. А.Е. Дайнеко ; Нац. акад. наук Беларуси, Институт экономики. – Минск : Беларуская навука, 2018. – 279 с.

УДК 004.03

ИНФОРМАТИЗАЦИЯ И ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК

Быкова Е.Ю.

БГАТУ, г. Минск, Республика Беларусь

Инновационная деятельность в условиях возрастающей необходимости своевременного принятия управленческого решения с учетом постоянно меняющейся внешней среды организации является неотъемлемым атрибутом конкурентоспособной организации. Использование современных моделей информатизации организации — один из важнейших условий ее развития; данное использование подразумевает учет многогранных факторов влияния, который может быть реализован при использовании современных информационных систем, позволяющих комплексно оценить и учесть степень влияния прежде всего факторов внешней среды.

Среди наиболее значимых факторов влияния на предприятия АПК следует выделить именно клиентов, покупателей, потребителей продукции. Данное утверждение базируется прежде всего на специфике отраслей агропромышленного комплекса и их насыщенности на отечественных и зарубежных рынках. В обществе происходит процесс ускоренной автоматизации и роботизации всех сфер и отраслей производства и управления.

Согласно подпрограмме 2 «Инфраструктура информатизации» Государственной программы развития цифровой экономики и информационного общества Республики Беларусь на 2016–2020 годы предприятиям с экспортно ориентированной экономикой (к которым относятся перерабатывающие организации АПК) следует расширять сферы международного сотрудничества и интегрироваться в мировое информационное пространство [1].

По данным Стратегии развития информатизации в Республике Беларусь на 2016 – 2022 годы п. 3.4 «Внедрение информационно-коммуникационных технологий в реальном секторе экономики» ИКТ в реальном секторе экономики должны рассматриваться как инструмент придания продукции новых свойств.