

Для улучшения конкурентной позиции хозяйства на рынке картофеля необходимо сконцентрировать внимание на применении перспективных высокоурожайных сортов. Можно сделать акцент на раннеспелых сортах, которые уже через два месяца дают полноценный урожай и имеют спрос на рынке. Это такие сорта как «Уладар», «Аksamит», «Дельфин», «Лазурит» и др. Конкурентная позиция предприятия на рынке картофеля зависит от умения адаптироваться к сложившимся социально-экономическим условиям и разрабатывать конкурентные стратегии, адекватные реальной рыночной ситуации. В целом конкурентоспособность картофелепродуктового подкомплекса в значительной степени определяется его отраслевыми особенностями и особенностями экономических отношений в системе АПК.

**УДК 338.43**

**Александра Лещенко**  
(Республика Беларусь)

Научный руководитель Л.А. Казакевич, к.ф.-м.н., доцент  
Белорусский государственный аграрный технический университет

## **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Рынок в современных условиях конкуренции определяет необходимый ему ассортимент продукции. Важной задачей при этом является удовлетворение спроса лучше и эффективнее, чем конкуренты. Использование различных маркетинговых инструментов, способствующих реализации продукции и оптимизации прибыли на длительный период времени, является актуальным для предприятий, стремящихся быть конкурентоспособными.

Переработку молока в Республике Беларусь осуществляет более 60 предприятий. Ведущими среди них являются ОАО «Савушкин продукт», ОАО «Беллакт», и ОАО «Молочный мир», ОАО «Минский молочный завод № 1». Это обуславливает острую конкурентную борьбу между ними. Ключевую роль здесь играет использование современных маркетинговых инструментов обеспечения конкурентоспособности предприятий.

На примере ОАО «Слущкий сыродельный комбинат» проведен анализ реализации маркетинговых мероприятий, позволяющих организации адаптироваться к сложившимся экономическим условиям и рыночной ситуации.

ОАО «Слущкий сыродельный комбинат» прошел долгий путь становления и развития, прежде чем стать современным высокотехнологическим предприятием, которым оно является сегодня. На предприятии постоянно обновляется технологическое оборудование, что позволяет наращивать производственные мощности и выпуск продукции. Переработку сырья обеспечивают цехи цельномолочной продукции (мощность 25 т/смену), сыродельный (10 т/смену), маслодельный (9 т/смену), мороженого (3,5 т/смену), сухого обезжиренного молока (7 т/смену), плавленых сыров (2,5 т/смену), сублимационной сушки (0,33 т/смену), майонеза (3 т/смену).

Основные направления деятельности ОАО «Слущкий сыродельный комбинат»:

- создание востребованной конкурентоспособной продукции, обладающей высоким экспортным потенциалом;
- увеличение ассортимента и выпуск новой продукции;
- расширение рынков сбыта, как в ближнем, так и в дальнем зарубежье.

Перед бюро маркетинга ОАО «Слущкий сыродельный комбинат» стоят следующие задачи:

- активное продвижение бренда от «СЛУЦКИЙ СТАНДАРТ»;
- укрепление позиций и увеличение лояльности потребителя к торговым маркам предприятия, под которыми продаются отдельные группы продуктов: «Слущкие Сыры», «Молочный Ряд», «Маслицино», «Нежная Королева», «Идеал Силуэт», «ПлавгородЪ»;
- поддержание фирменного стиля;
- расширение линии продуктов с высокими потребительскими свойствами.

Повышение конкурентоспособности ОАО «Слущкий сыродельный комбинат» призваны обеспечить современные маркетинговые инструменты:

- постоянный анализ ассортимента, ценовой политики и быстрое реагирование на изменение рыночной ситуации;
- размещение собственной продукции в крупных торговых предприятиях на арендуемом оборудовании;

- заключение договоров на условиях предоставления организациям розничной торговли скидок, бонусов и вознаграждений;
- развитие собственной торговой сети, в том числе в регионах, обслуживаемых предприятиями системы потребкооперации;
- изменение упаковки продукции в соответствии с требованиями рынка;
- разные формы стимулирования сбыта (скидки посредникам, приобретающим большие партии, скидки при быстрой оплате);
- активная реклама выпускаемой продукции в СМИ, участие в выставках-ярмарках, проведение презентаций и дегустаций в торговых организациях, размещение наглядной рекламы в торговых залах, изготовление сувенирной продукции и т. д.

**УДК 504**

**Юлия Макарович**  
(Республика Беларусь)

Научный руководитель Н.А. Логвинович, ст. преподаватель  
Белорусский государственный аграрный технический университет

## **ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Проблемы экологии существуют практически в каждой стране, поэтому они должны решаться и на государственном уровне, и на уровне предприятия, а в некоторых случаях — и на международном уровне. Для этого необходимо создавать, внедрять и применять современные инструменты. Ведь эффективней предотвращать проблемы, чем разбираться с негативными последствиями. Одним из таких инструментов и является экологический менеджмент.

Экологический менеджмент – инициативная и результативная деятельность экономических субъектов, направленная на достижение их собственных экологических целей, проектов и программ, разработанных на основе принципов экологической эффективности и экологической справедливости. Так, эффективный экологический менеджмент обеспечивает предприятию кредит доверия в отношениях со всеми заинтересованными в его деятельности сторонами. В