

Грайворонского района со средними показателями по Белгородской области и Российской Федерации за период с 2020 по 2022 гг.

Так показатели предприятия в 2022 году превышают средние показатели по Белгородской области на 1614 кг, по Российской Федерации на 3789 кг., что свидетельствует о высокой эффективности отрасли молочного скотоводства в ООО «Грайворонская молочная компания» Грайворонского района в исследуемом периоде.

#### Список источников

1. Алейник С. Н., Китаев Ю. А., Сидоренко А. А. Методика мониторинга рисков в агропромышленном комплексе региона // Инновации в АПК: проблемы и перспективы. 2022. № 2(34). С. 169-176.
2. Добрунова А.И., Сидоренко А.А., Добрунов Д.Р. Совершенствование методики оценки устойчивого развития сельских территорий // Российский экономический интернет-журнал. 2021. № 4.
3. Рынок услуг по искусственному осеменению КРС: проблемы и перспективы / О. В. Китаева, В. Ф. Ужик, Ю. А. Китаев, А. А. Сидоренко. Белгород : Белгородский государственный аграрный университет имени В.Я. Горина, 2019. 111 с.
4. Сидоренко, А. А. Повышение эффективности управления сельскохозяйственным предприятием на примере ООО "АгроСервис" Белгородского района / А. А. Сидоренко, Е. В. Мальцева // Инновационные решения в аграрной науке – взгляд в будущее : Материалы XXIII международной научно-производственной конференции, Майский, 28–29 мая 2019 года. Том 2. – Майский: Белгородский государственный аграрный университет имени В.Я. Горина, 2019. – С. 233-235.
5. Сидоренко, А. А. Формирование стратегии развития сельских территорий на основе взаимодействия агробизнеса, власти и населения / А. А. Сидоренко // Инновации в АПК: проблемы и перспективы. – 2016. – № 4(12). – С. 63-68.

УДК 339.138

## АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ АПК

**А. Музыченко, О.Л. Сапун**  
Белорусский ГАТУ, г. Минск, Беларусь

Маркетинговая деятельности предприятия включает в себя товарную, ценовую, сбытовую политику, а также политику продвижения товара на рынке [1].

Для изучения влияния внешней среды прямого воздействия, следует провести анализ конкурентов, поставщиков, потребителей и организаций, имеющих прямые контакты с предприятием.

Крупнейшими производителями молока и молочной продукции в Республике Беларусь являются следующие предприятия отрасли: «Савушкин продукт», «Бабушкина крынка», «Беллакт», «ГМЗ №1», «ГМЗ №2», «Молочные продукты», «Глубокский МКК», «Рогачевский МКК».

Рассмотрим маркетинговую деятельность Рогачевского молочно-консервного комбината (далее Рогачевский МКК). Основными конкурентами для ОАО «Рогачевский МКК» являются ОАО «Милкавита», ОАО «Савушкин продукт» и «Бабушкина крынка» (таблица 1).

Таблица 1 – Сравнительная характеристика цен продукции ОАО «Рогачевский МКК» и цен фирм-конкурентов

Наименование товара	ОАО «Рогачевский МКК»	ОАО «Милкавита»		ОАО «Савушкин продукт»		«Бабушкина крынка»	
	Цена, руб.	Цена, руб.	Отклонение, руб.	Цена, руб.	Отклонение, руб.	Цена, руб.	Отклонение, руб.
1	2	3	3-2	4	4-2	5	5-2
Молоко пастеризованное питьевое, 2.5% 900 мл	1,23	2,22	+0,99	2,30	+1,07	1,91	+0,68
Масло сладко-сливочное несоленое, 82.5%, 180 гр.	2,87	3,15	+0,28	4,12	+1,25	4,52	+1,65
Кефир 2.5%, 950 мл.	1,21	1,46	+0,25	1,92	+0,71	1,68	+0,47
Творог 5%, 400 г	3,05	4,14	+1,09	3,39	+0,34	3,62	+0,57

Цены на продукцию у конкурентов незначительно отличаются от цен исследуемого предприятия, в отличие от ассортимента. Также у всех конкурентов хорошо развитая сбытовая сеть, свои оптовые и розничные торговые помещения и постоянная клиентура.

Следует отметить, что предприятие ОАО «Рогачевский МКК» достаточно выделяется на отраслевом рынке:

1. Одной из главных особенностей предприятия является использование только натуральных ингредиентов в процессе производства своей продукции. Все сырье, используемое на предприятии, проходит строгий контроль качества и соответствует высоким стандартам безопасности.

2. Активно внедряет современные технологии и инновации в процесс производства, что позволяет компании сохранять лидирующие позиции на рынке и удовлетворять потребности самых требовательных потребителей.

3. Социальная ответственность. ОАО «Рогачевский МКК» регулярно проводит благотворительные акции и поддерживает социальные проекты, направленные на улучшение качества жизни населения.

Говоря о стимулировании сбыта, можно с уверенностью утверждать, что оно ведется путем скидок на дополнительные товары, так или иначе связанные с продвигаемым продуктом.

Так как поставщиков у предприятия имеется большое количество, то между ними существует конкуренция, поэтому у предприятия есть возможность получать качественное сырье для производства продукции, отвечающей требованиям покупателей.

Основными поставщиками сахара для ОАО «Рогачевский МКК» являются: ОАО «Слуцкий сахарорафинадный комбинат», ОАО «Скидельский сахарный комбинат». Жесть закупается на торгах Белорусской товарной биржи.

Среди наиболее крупных поставщиков сырья выделяются следующие:

- гофротару поставляет Светлогорский целлюлозно-картонный комбинат;
- этикетки – КИПУП «Сож», КИПУП «Техническая книга»;
- пленку для цельномолочной продукции – ОАО Борисовский завод полимерной тары «Полимиз», РУП «Бобруйская укрупненная типография им. А.Т. Непогодина».

Для определения маркетинговой среды ОАО «Рогачевский МКК» необходимо применить SWOT-анализ (таблица 2). Он показывает сильные и слабые стороны предприятия, а также устанавливает возможности организации и выявляет угрозы для предприятия со стороны внешней среды [2].

Таблица 2– SWOT-анализ ОАО «Рогачевский МКК»

Внутренняя среда	Сильные стороны	Слабые стороны
	1. Богатый опыт переработки молока и производства молочной продукции.	1. Сбой поставки сырья со стороны поставщиков.
	2. Технология производства. Предприятие разработало и внедрило уникальную технологию, производства молочных консервов с сахаром непрерывным способом.	2. Длительный процесс согласования продаж с различного рода государственными структурами.
	3. Наличие собственного вспомогательного производства и собственного автопарка.	3. Большие издержки хранения, транспортировки продукции, из-за увеличения остатков готовой продукции.
	4. Высокая квалификация работников предприятия.	4. Низкая мотивация сотрудников. Невысокая заработная плата
	5. Регулярные поставки продукции на экспорт (РФ, Казахстан, Туркменистан, Грузия, Узбекистан, Молдова, Китай и	

И И К К	Сильные стороны	Слабые стороны
	др.).	
	6. Наличие на предприятии отдела маркетинга и сбыта, собственных каналов и фирменных торговых магазинов.	
	7. Постоянный штат сотрудников.	
	8. Широкий ассортимент	
	9. Наличие сайта, офф-лайн магазина и складской площади.	
Внешняя среда	Возможности	Угрозы
	1. Развитие экспорта молочной продукции в другие страны.	1. Не своевременная оплата за поставленную продукцию.
	2. Появление новых поставщиков.	2. Появление новых предприятий на рынке / усиление конкуренции.
	3. Ухудшение позиций конкурентов на рынке из-за снижения покупательского спроса и увеличения остатков готовой продукции.	3. Увеличение цен на поставляемые сырье и материалы.
	4. Появление новых технологий производства.	

Анализируя таблицу 2, можно сделать вывод, что основным преимуществом перед конкурентами, является широкий ассортимент и конкурентоспособность услуг предприятия. Также существенным преимуществом является наличие сайта, Интернет магазина и складской площади.

Анализ маркетинговой деятельности предприятия включает в себя изучение товарной и ценовой политики, а также политику в области распределения и продвижения.

Определение ценовой ниши. Для успешной деятельности предприятия необходимо регулярно проводить мониторинг ценового позиционирования, который поможет привести к росту продаж продукта.

Проанализировав цены на продукцию, можно сказать, что ОАО «Рогачевский МКК» находится в средне-ценовом сегменте.

Так что оптимальной ценовой стратегией на рынке будет удерживание цены на уровне, который позволяет создать впечатление о действительно качественном продукте и услуге, но при этом не будет отторгать потенциального потребителя, считающего, что подобная цена не способна оправдать ожиданий.

Также ОАО «Рогачевский МКК» имеет свои официальные страницы в социальных сетях: Instagram; Facebook; TikTok; Вконтакте; Одноклассники.

В этих аккаунтах компания регулярно публикует новости о своей деятельности, информацию о новинках продукции и проводимых акциях, а также интересные факты о молочной и мясной промышленности.

Кроме того, ОАО «Рогачевский МКК» активно взаимодействует с подписчиками, отвечая на их вопросы и комментарии.

Предлагается в качестве основы для маркетинговой стратегии предприятия – стратегия фокусирования на интернет продажах. В этой связи имеют место следующие рекомендации по повышению эффективности интернет-продвижения компании [3]:

1. Доработка сайта <https://www.rmkk.by> и создание собственного интернет-магазина.

2. SEO оптимизация и раскрутка сайта.

3. Обеспечение комплексного технического обслуживания сайта.

4. Увеличение эффективности группы ОАО «Рогачевский МКК» в «ВКонтакте».

5. Внедрение CRM системы.

Таким образом, компания использует социальные сети, как эффективный инструмент коммуникации с потребителями, партнерами и коллегами, а также для продвижения своей продукции на рынке.

#### Список источников

1. Маркетинговая политика – Электронный источник – [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://1fin.ru/?id=281&t=834> – Дата доступа: 19.10.2023 г.

2. Рогачевский МКК – Электронный источник – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rmkk.by/>– Дата доступа: 19.10.2023 г.

3. Сапун О.Л., Дроздова Д.А. Продвижение продукции и оценка эффективности рекламы в Интернете /Экономика. Управление. Инновации/ Мн.: МИУ. №1 (7). 2020. С.27-35

УДК 637.07

## АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ЖИВОТНОВОДСТВА

**П.А. Мучинская, И.И. Станкевич**

УО БГАТУ, г. Минск, Республика Беларусь

Целью исследования является анализ состояния продукции животноводства Республики Беларусь, а также анализ производства животноводства на примере СУП «Хожовоагро-2009» Молодечненского района, Минской области.

Животноводство в Республике Беларусь является одной из важных отраслей сельского хозяйства. Оно включает в себя разведение и содержание различных видов животных, таких как крупный рогатый скот, свиньи, овцы, козы, птица (куры, утки и т.д.), а также кролики.