

Молоко реализуется на ОАО «Минский молочный завод №1», крупнорогатый скот поставляется на ОАО «Агрокомбинат «Дзержинский», для доращивания другим сельскохозяйственным организациям, на племенные цели сельскохозяйственным организациям и РУСХП «Оршанское племпредприятие».

Зерно реализуется на ОАО «Минский комбинат хлебопродуктов», сахарная свекла на ОАО «Городейский сахарный комбинат».

Внедрение прогрессивных технологических решений позволит в дальнейшем:

– увеличить удой молока от одной коровы молочного стада до 11094 кг, 100,5 % к уровню предыдущего года; производство молока до 21080 тонн, 100,5 % к 2023 году; обеспечить выращивание КРС 1080 тонн, 100,6 % к предыдущему году.

– обеспечить объемы производства зерна в весе после доработки 10784 тонны, рапса 1700 тонн, сахарной свеклы 20000 тонн, картофеля 750 тонн.

Данные меры должны привести к оптимальному использованию производственных мощностей, снижению затрат на производство и реализацию продукции, улучшению условий труда, повышению производительности труда, что позволит обеспечить рентабельность продаж 8,0 %.

УДК 658.8

Анастасия Вольнец
(Республика Беларусь)

Научный руководитель О.Л. Сапун, к.п.н., доцент
Белорусский государственный аграрный технический университет

ИННОВАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ АПК

Актуальность темы обусловлена необходимостью адаптации маркетинговых стратегий к динамично меняющимся условиям. Компании, которые оперативно реагируют на вызовы и внедряют инновационные подходы, получают конкурентное преимущество.

Суть маркетинговой стратегии в том, что она систематизирует и помогает оценить ресурсы организации, чтобы перераспределить их на более эффективные каналы. Каналами продвижения могут

быть наружная реклама, партнёрства с блогерами, реклама в социальных сетях, на радио, телевидении, в поисковых сетях.

Предприятие ОАО «Машпищепрод» создано в 1999 г. Продукция востребована не только в Беларуси, но и за ее пределами – экспортируют товары в Россию, Украину, Сербию, Египет, Азербайджан, Армению и Германию. Направления деятельности: переработка картофеля и производство картофелепродуктов производство ржаного солода; производство машин для обработки пищевых продуктов; обработка металла.

Ассортимент: сухое картофельное пюре, сушеный картофель, пеллеты, чипсы, снеки, ржаной солод (ферментированный и неферментированный), кукурузные палочки с различными вкусами, драйки, клецки и гарнирный картофель.

Один из вариантов продвижения своей продукции и поиск новых путей для сбыта, является участие в выставках и ярмарках. Многие про них забывают, и всё больше и больше уходят в социальные сети, но люди всё также их посещают, и не стоит забывать про такой инструмент продвижения своей продукции.

Современная выставка – это не только эффективное средство сбыта, это важнейшее средство коммуникаций и обмена информацией. Маркетинг при помощи выставки означает возможность более рационального достижения этих целей, потому что выставки имеют мультифункциональное значение.

Я предлагаю участие в таких выставках, как «Продэкспо» и «Белпродукт», так можно найти новые рынки сбыта продукции, как в Республике Беларусь, так и за рубежом.

«Продэкспо» традиционно является одним из флагманских проектов выставочно-ярмарочной деятельности в Республике Беларусь. Масштабное мероприятие из года в год вызывает возрастающий интерес у самой широкой аудитории белорусских и зарубежных производителей и поставщиков продуктов питания, оборудования для пищевой отрасли.

Международная специализированная выставка «Белпродукт», организуется в Минске в рамках Белорусской агропромышленной недели. В ее рамках можно ознакомиться с передовыми направлениями в развитии растениеводства, животноводства и птицеводства, современными технологиями переработки, упаковки и хранения продукции, а также разнообразием сельхозтехники на новой пло-

щадке в выставочном центре Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий Камень».

Для участия в выставках, указанных выше, необходимо первоначально оплатить 2 регистрационных сбора. По сегодняшнему курсу валют 1 евро составляет 3,49 бел. руб, поэтому регистрационный сбор за участие в двух выставочных мероприятиях составляет. Так регистрационный сбор за участие в «Продэкспо» составит 691,02 бел. руб., а в «Белпродукт» – 825 бел. руб.

Следующим шагом является аренда площадки, цена за которую зависит от размера и вида площадки. Для ОАО «Машпищепрод» следует подобрать закрытую оборудованную площадку размером 9 кв. м, так как она самая недорогая из имеющихся вариантов. Так стоимость площадки на выставке «Белпродукт» составит 891 бел. руб., а на выставке «Продэкспо» – 2176,14 бел. руб.

Также помимо площадки необходим выставочный стенд. В бюджет, выделенный на выставку, необходимо также включить неочевидные расходы. Работа сотрудника предприятия на выставках и мероприятиях, для фото и видеосъемки выставочных активностей, чтобы использовать этот материал для рекламы и продвижения ОАО «Машпищепрод».

Таким образом, участие в выставках предприятию обойдётся около 6569,874 бел. руб. Несмотря на значительные финансовые вложения, участие в данных мероприятиях может принести предприятию существенные выгоды:

- расширение рынка сбыта – привлечение новых клиентов и партнеров как в Беларуси, так и за её пределами;
- повышение конкурентоспособности – демонстрация продукции и установление связей с дистрибьюторами, поставщиками и потенциальными покупателями;
- рост лояльности клиентов – укрепление имиджа компании, повышение доверия к бренду;
- маркетинговый эффект – возможность продвижения продукции с помощью фото- и видеоматериалов, собранных во время выставок.

Таким образом, инвестиции в участие в выставках могут окупиться за счёт роста продаж, увеличения клиентской базы и усиления позиций компании на рынке. Для повышения эффективности

данной стратегии рекомендуется заранее подготовить маркетинговые материалы, проработать сценарии взаимодействия с посетителями и предусмотреть механизмы оценки результатов участия.

УДК 331.1

Дарья Галыгина
(Республика Беларусь)

Научный руководитель Н. А. Логвинович, магистр экономических наук
Белорусский государственный аграрный технический университет

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В эпоху, когда цифровые технологии перекраивают мировой экономический ландшафт, Беларусь стоит на пороге революции в управлении человеческим капиталом. Трудовые ресурсы перестают быть просто «рабочей силой» – сегодня это драйвер инноваций, основа конкурентоспособности и ключ к устойчивому развитию. Через синтез традиций и современных практик, цифровизацию и переосмысление роли человека в производственной цепочке наша страна отвечает на вызовы автоматизации, демографических сдвигов и глобальной конкуренции.

Согласно нашим исследованиям, современные подходы к управлению эффективностью использования трудовых ресурсов в сельском хозяйстве заключаются в следующем.

1. *Цифровизация: от ручного труда к умным технологиям.* Современное сельское хозяйство невозможно представить без цифровых технологий. В Беларуси крупные агрохолдинги активно внедряют решения, которые сокращают зависимость от ручного труда и повышают его эффективность:

- точное земледелие: GPS-навигация и дроны помогают оптимизировать посевные и уборочные работы. Например, в хозяйствах Гродненской области использование таких технологий позволило сократить затраты на топливо на 15 %, а время обработки полей – на 20 %;