

Животноводство – вторая важнейшая отрасль сельского хозяйства. В животноводстве, в отличие от растениеводства, процесс производства идёт непрерывно.

Поголовье взрослых кур сократилось на 790 тыс. голов, а поголовье кур на выращивании увеличилось на 24 тыс. голов. Инкубация сократилась на 3457 яиц тыс. шт.

Филиал Минский ОАО «Агрокомбинат Дзержинский» на сегодняшний день является стабильным, динамично развивающимся многоотраслевым хозяйством, которое идет в ногу со временем, постоянно повышая технический уровень, расширяя ассортимент выпускаемой продукции и осваивая новые виды деятельности.

Таким образом, приоритетным направлением в птицеводстве Беларуси в настоящее время является улучшение качества производимой продукции, расширение географии сбыта, дальнейшая технологическая модернизация отрасли, использование племенной отечественной птицы и улучшение биологической защиты.

УДК 005:658

Полина Сауль
(Республика Беларусь)

Научный руководитель И.И. Станкевич, ст. преподаватель
Белорусский государственный аграрный технический университет

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОАО «ПОСТАВСКИЙ МОЛОЧНЫЙ ЗАВОД»

Агропромышленный комплекс (АПК) играет ключевую роль в экономике любой страны, обеспечивая продовольственную безопасность и способствуя развитию смежных отраслей. Конкурентная устойчивость экономики АПК – это важный аспект, определяющий его способность адаптироваться к изменениям внешней среды и сохранять свои позиции на рынке.

Конкурентная устойчивость экономики АПК представляет собой способность сектора эффективно функционировать и развиваться в условиях рыночной конкуренции. Она включает в себя:

- поддержание конкурентных позиций на рынке;

- способность адаптироваться к изменениям спроса и предложения;
- эффективное использование ресурсов для достижения максимальной производительности.

Конкурентная устойчивость предприятий АПК, таких как ОАО «Поставский молочный завод», играет ключевую роль в их способности адаптироваться к изменениям на рынке и сохранять конкурентные позиции. В данном докладе рассматриваются теоретические основы конкурентной устойчивости АПК и их применение на примере ОАО «Поставский молочный завод».

ОАО «Поставский молочный завод» – крупнейшее, быстро развивающееся предприятие Поставского района, более 80 лет успешно осуществляющее свою деятельность в сфере переработки и реализации продукции из молока. Также предприятие занимается экспортом молочной продукции и оптовой торговлей.

Миссия завода – повышение уровня качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции, соответствующей требованиям стандартов и запросам потребителей.

Предприятием производится широкий ассортимент цельномолочной, кисломолочной продукции, сметаны, масла. Однако на нынешнем этапе основное направление – это, безусловно, сыроделие.

Рассмотрим факторы конкурентной устойчивости, на примере ОАО «Поставский молочный завод».

1. Внутренние факторы

На внутренние факторы влияет качество продукции, инновации, организация производства. ОАО «Поставский молочный завод» предлагает широкий ассортимент молочной продукции (масло сливочное, цельномолочная продукция, творог и творожные изделия, сыры фасованные и весовые, СОМ, СЦМ, заменитель цельного молока, сыворотка сухая и концентрированная), которая соответствует современным стандартам качества и безопасности.

Завод активно внедряет новые технологии переработки молока и упаковки, что позволяет улучшить качество продукции и увеличить срок ее хранения. Для подтверждения качества, безопасности и конкурентоспособности готовой продукции предприятием ОАО «Поставский молочный завод» разработаны и действуют все необходимые системы менеджмента качества и безопасности продукции (СТБ ISO 9001, НАССР, СТБ ISO 22000, СТБ ISO 45001).

2. Внешние факторы

К внешним относится конкуренция, государственная политика и экономическая среда.

На рынке молочной продукции существует высокая конкуренция, что требует от предприятия постоянного улучшения качества и снижения цен.

Экономическая ситуация в стране, уровень инфляции и колебания валюты могут оказывать влияние на стоимость сырья и конечную цену продукции.

Анализ конкурентной среды ОАО «Поставский молочный завод» можно провести с использованием модели Портера:

1. Угроза новых участников: Вход на рынок новых производителей может снизить долю рынка завода.

2. Угроза заменителей: Альтернативные продукты, такие как растительные напитки, могут повлиять на спрос на молочную продукцию.

3. Сила поставщиков: Наличие крупных поставщиков сырья может ограничивать возможности завода в плане снижения цен.

4. Сила покупателей: Высокая конкуренция заставляет завод учитывать требования потребителей к качеству и цене продукции.

5. Уровень конкуренции среди существующих игроков: Необходимость постоянного улучшения качества и сервиса для удержания клиентов.

Наиболее известной классификацией конкурентных стратегий является классификация М. Портера, который по виду конкурентных преимуществ выделяет стратегию лидерства по издержкам в отрасли, стратегию дифференциации, которая позволяет создать у потребителей убежденность в том, что товар производителя превосходит аналогичные товары конкурентов, и стратегию фокусирования на узконаправленном сегменте рынка.

Однако указанная модель не позволяет в полной мере учесть модель поведения предприятия в сложившейся рыночной ситуации. Анализ стратегий конкурентной устойчивости позволяет выделить три уровня иерархии стратегий конкурентной устойчивости – базовые, обеспечивающие и функциональные. Стратегии взаимодействия с конкурентами можно отнести к базовым, а с другими субъектами рынка – к обеспечивающим.

Конкурентная устойчивость экономики агропромышленного комплекса, в частности ОАО «Поставский молочный завод», явля-

ется сложным и многогранным понятием. Успех предприятия зависит от способности адаптироваться к изменениям внешней среды, внедрения инноваций и эффективного управления ресурсами. Применение современных стратегий управления позволит заводу не только сохранить свои позиции на рынке, но и обеспечить устойчивый рост в будущем.

УДК 338

София Селезнёва, Виктория Цвирко

(Республика Беларусь)

Научный руководитель В.М. Раубо, к.э.н., доцент

Белорусский государственный аграрный технический университет

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА, МАРКЕТИНГА И УЧЕТА

Современная экономика характеризуется высокой динамикой изменений, глобализацией, развитием цифровых технологий и усилением конкуренции. В этих условиях перед бизнесом стоят сложные задачи, требующие пересмотра традиционных подходов к менеджменту, маркетингу и учету.

Трудно переоценить роль эффективных коммуникаций в управлении организацией. Совершенно ясно, что, если люди не смогут обмениваться информацией, они просто не сумеют работать вместе. Для того чтобы обеспечить четкие и эффективные коммуникации в организации, необходимо знать и предотвращать возможные помехи в процессе их осуществления.

Первая проблема современного менеджмента – проблема качества управленческих кадров. Хотя это специальность появилась в вузах, проблема качества не снимается. Это связано с тем, что в стране мало людей, имеющих реальный опыт управленческой работы в условиях рыночной экономики. В то же время общепризнано, что менеджмент – это и наука и искусство, и что овладение знаниями в этой области невозможно без получения соответствующих практических навыков.

Вторая главная проблема современного менеджмента – коррумпированность современной экономики на всех уровнях. Здесь