

за работой агропромышленного и природоохранного комплексов комитета госконтроля Гродненской области Добрук А. М.; подполковник управления департамента финансовых расследований комитета госконтроля Республики Беларусь по Гродненской области Щербун В. В.; капитан пограничной службы Крецкий В. Т.; зам. декана экономического факультета УО «ГГАУ» Ушкевич А. М.; зав. кафедры менеджмента, маркетинга и права УО «ГГАУ» Дорошкевич И. Н.; директор автошколы ООО «АртДрайв» в г. Гродно Виноградов С. А. и мн. др.

Факультет поддерживает творческие связи с Белорусской государственной сельхозакадемией, Белорусским государственным экономическим университетом, Белорусским государственным аграрным техническим университетом, Институтом системных исследований в АПК НАН Беларуси, Западнопоморским технологическим университетом в Щетине; Варшавским аграрным университетом и целым рядом других учебных и научных учреждений Республики Беларусь и ближнего зарубежья.

Активная работа преподавательского корпуса, сотрудников и деканата факультета при поддержке ректората позволяет обеспечивать достаточно высокий уровень подготовки специалистов экономического профиля. Факультет уже имеет свою историю и хорошие традиции. Благодаря значительному интеллектуальному и творческому потенциалу работников он занимает достойное место в сфере экономического образования в Республике Беларусь.

УДК 637.5:339.564 (476)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКОГО ЭКСПОРТА ПРОДУКЦИИ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Автух А. А.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республика Беларусь

В Республике Беларусь рынок мяса и мясопродуктов является одним из крупнейших сегментов в структуре продовольственного рынка. На белорусском рынке на сегодняшний день работают около 200 производителей мяса и мясной продукции, около 27 из которых с государственной собственностью от 7 до 100%.

Большинство белорусских мясоперерабатывающих предприятий модернизированы, имеют современное оборудование, что позволяет выпускать высококачественную продукцию. На многих комбинатах

внедрены международные системы менеджмента качества ISO-9001, контроля качества HACCP и получены экологические сертификаты ISO-1400. Сети фирменных магазинов развиты как внутри страны, так и за рубежом. Все это говорит о высокой конкурентоспособности белорусской мясной промышленности, которая является важным элементом внешнеторгового имиджа страны.

В структуре экспорта сельскохозяйственного сырья и продовольствия из Республики Беларусь на долю экспорта мясопродуктов приходится около 20%. Несмотря на небольшую долю экспорта мясных продуктов в общем экспорте страны, внешняя торговля данной продукцией является важной для белорусских производителей, т. к. основную прибыль белорусских производителей мяса и мясных продуктов приносят экспортные поставки. За счет экспорта покрываются убытки, возникающие по причине отрицательной рентабельности продаж предприятий на внутреннем рынке (что связано с реализацией «социальной» продукции).

Основным рынком сбыта мяса и мясной продукции является Российская Федерация. Данный показатель характеризует белорусский экспорт как зависимый от одного рынка сбыта.

Относительно благоприятная ситуация с курсом белорусского рубля в начале 2016 г. позволила отечественным компаниям выгодно продавать свою продукцию в Россию. Отсутствие значительных препятствий для экспорта со стороны российских контрольных и надзорных органов также способствовало росту поставок. Однако более резкие валютные колебания могут привести к потере конкурентоспособности белорусской продукции на российском рынке, в этих условиях будут важны действия Минсельхозпрода по рациональному регулированию экспортных цен [3].

Особенно острым становится вопрос экспортных отношений в связи с принятыми в России программами, согласно которым планируется выйти на полное самообеспечение потребности страны в мясе птицы и в свинине. Учитывая высокую технологичность птицеводства и свиноводства, а также достаточность в России производства зерна, основного вида кормовых ресурсов для этих отраслей, задача самообеспечения российского рынка мясной продукции видится выполнимой.

Помимо России, основными направлениями экспорта белорусской мясной продукции являются др. страны СНГ. За ними следуют страны ЕС, США, Япония, Канада и др. Тем не менее, перспективным направлением для будущего развития экспорта считается Китай. Белорусским мясоперерабатывающим предприятиям следует сделать упор на развитие экспортных отношений с вышеуказанными странами.

Следовательно, в планах на развитие отрасли мясопереработки Беларуси, помимо увеличения производственных мощностей, расширения сырьевой базы и повышения объемов производства, видится стратегически необходимым увеличение диверсификации географии экспорта мяса и мясной продукции и восполнение недостатка квалифицированных кадров для продвижения на зарубежных рынках.

ЛИТЕРАТУРА

1. Адинцова, А. Специфика формирования каналов распределения продукции мясоперерабатывающих предприятий агропромышленного комплекса Республики Беларусь // Аграрная экономика. – 2006. – №11. – С. 29-31.
2. Киреенко, Н. Диверсификация каналов и направлений сбыта продукции мясоперерабатывающего комплекса // Аграрная экономика. – 2011. – № 2. – С. 55-63.
3. Мясная промышленность – I квартал 2016 года // Бизнес новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.doingbusiness.by/myasnaya-promishlennost-i-kvartal-2016-goda>. – Дата доступа: 10.12.2016.

УДК 637.5:659.4 (476)

PR-ПРОДВИЖЕНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Автух А. А.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республика Беларусь

Рынок мяса и мясных продуктов является одним из крупнейших сегментов продовольственного рынка Республики Беларусь. Важнейшими преимуществами белорусской мясной промышленности являются высокое качество и безопасность мясной продукции, а также значительный производственный потенциал.

Наравне с поддержанием и совершенствованием качества производства мяса и мясной продукции, в современном мире не менее важным является вопрос о налаживании грамотного маркетингового продвижения собственной продукции.

Основная цель продвижения – формирование спроса на мясную продукцию. Продвижение представляет собой комплекс мер, направленных на его реализацию. Традиционно в данный комплекс включаются следующие основные элементы: реклама, личная продажа, стимулирование сбыта и PR.

Явление PR (Public Relations – связи с общественностью) в белорусской маркетинговой деятельности появилось относительно недавно.