

работы на предприятии: главный зоотехник, агроном по кормопроизводству и главный инженер.

В ходе исследований установлено, что уровень конкурентоспособности главного зоотехника предприятия является высоким и составляет 128 баллов. Более детальный анализ способностей и личностных качеств работника показал, что максимальная сумма баллов набрана по таким критериям, как склонность к риску, склонность к лидерству и стремление к высокому качеству конечного продукта. Уровень конкурентоспособности агронома по кормопроизводству соответствует седьмому уровню развития (выше среднего). Анализ полученных результатов в разрезе основных качеств показал, что соответствуют девятому уровню развития следующие качества: стремление к высокому качеству конечного продукта, независимость и способность к саморазвитию. Уровень конкурентоспособности главного инженера является очень высоким. Все, за исключением одного качества, развиты на очень высоком уровне.

Таким образом, проведенный анализ показал, что наибольшие резервы для совершенствования имеет экономист по оплате труда. При продвижении по карьерной лестнице самым перспективным сотрудников является главный инженер ОАО «Пружанское».

#### ЛИТЕРАТУРА

Беляцкий Н. П. Менеджмент: тесты, задачи, ситуации, деловые игры. Практикум: Учеб. пособие / Н. П. Беляцкий, И. В. Балдин, С. Д. Вермеенко и др.; Под ред. проф. Н. П. Беляцкого. – Мн.: Книжный Дом, 2005. – 224 с.

УДК 637.5 : 658. 8 (476.7)

### **АНАЛИЗ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЯСОКОМБИНАТА ОАО «БЕЛОВЕЖСКИЙ»**

**Бычек И. И., Никитина Н. В.**

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

ОАО «Беловежский» имеет сложную организационную структуру и включает в себя сельскохозяйственное производство, комбикормовый завод, свинокомплекс и фермы по выращиванию КРС и производству молока, перерабатывающее предприятие и сеть магазинов фирменной торговли.

Стратегия маркетинга ОАО «Беловежский» на ближайшую перспективу предусматривает активное продвижение уже выпускаемой и

новой продукции как на внутренний рынок, так и на рынки Российской Федерации. На предприятии ежегодно разрабатывается план маркетинговой деятельности по различным направлениям.

Структура сбыта готовой продукции мясокомбината принципиальных изменений не претерпела. Там не менее, несмотря на стабильно лидирующее положение г. Бреста и Брестской области, доля этого рынка сбыта сократилась на 4,1 п. п. В то же время несколько расширилась доля рынка г. Минска и Минской области. Такая же тенденция роста прослеживается и по Гродненскому рынку.

Установлено, что объем экспорта продукции за анализируемый период возрос на 5,5% и составил в 2015 г 9306 тыс. долл. США. Как показал анализ экспорта по видам продукции, рост объемов экспорта был обусловлен увеличением объемов сбыта свинины (+ 11,4% к уровню 2014 г) и колбасных изделий (+4,9% к уровню 2014 г).

С целью грамотного осуществления сбытовой деятельности на мясокомбинате ОАО «Беловежский» имеется самостоятельное структурное подразделение «отдел сбыта», состоящее из шести сотрудников. Анализ социально-демографического портрета работников данного отдела показал, что среди работников отдела преобладают сотрудники женского пола с высшим образованием (66,7% от числа сотрудников отдела). Средний возраст составляет 39,3 года.

С целью совершенствования управления сбытовой деятельностью предприятия нами предлагается создание дополнительного структурного подразделения, занимающегося вопросами маркетинговых исследований. В этой связи нами разработан перечень должностных обязанностей в соответствии с предлагаемыми должностями. Считаем, что создание специализированного подразделения позволит систематизировать получаемую от специалистов информацию, даст наиболее полное представление о нуждах и потребностях потенциальных потребителей различных сегментов рынка.

С целью совершенствования непосредственно сбытовой деятельности нами рекомендуется регулярное проведение маркетинговых исследований и изучение потребительских предпочтений.

Апробация разработанной нами анкеты на рынке г. Барановичи показала, что наиболее предпочитаемыми продуктами являются мясные изделия (94,1%), сырокопченые колбасы (92,2%), вареные колбасы (76,5%) и категория товаров «сосиски и сардельки» (70,6%). Наименее востребованными являются полуфабрикаты крупнокусковые (2,9%).

Половина опрошенных потребителей приобретают мясную продукцию раз в неделю. Через день покупки осуществляют 26,5% опро-

шенных или 9 человек. Наименьший удельный вес занимает группа ответов «раз в месяц» – только 1 человек или 2,9%.

В ходе анализа установлено, что потребители г. Барановичи, несмотря на удаленность от Волковыска, являются приверженцами продукции именно этого мяскокомбината. Тем не менее продукцию ОАО «Беловежский» приобретает 32,4% опрошенных. Гродненскому производителю отдает предпочтение 17,6% респондентов.

Потребители отметили, что при расширении ассортимента продукции и некотором снижении цены объемы совершаемых ими покупок могли бы возрасти более чем на треть. Реклама и повышение качества принципиальным образом не отразились бы на частоте совершаемых покупок, что может свидетельствовать о достаточно высоком качестве продукции ОАО «Беловежский» и достаточно высокой информированности населения Брестской области о производимых на предприятии товарах.

Таким образом, регулярное проведение маркетинговых исследований и анкетирования позволит четко отслеживать реакцию потребителей на происходящие изменения на рынке и координировать деятельность предприятия в соответствии с мнением потенциальных покупателей.

УДК 631.158.331.5(476)

## **СОСТОЯНИЕ И НАПРЯЖЕННОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ АПК ГРОДНЕНСКОГО РАЙОНА**

**Высокоморный В. И.**

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

Степень использования трудовых ресурсов на предприятиях характеризуется эффективностью использования рабочего времени. Производство продукции зависит не столько от количества работников, сколько от количества отработанных человеко-часов, эффективности и производительности труда, поэтому необходимо осуществить оценку использования рабочего времени работников. На продолжительность работы в году оказывают влияние и объективные факторы, такие как природно-климатические. Они в первую очередь влияют на урожайность сельскохозяйственных культур. Это в конечном итоге сказывается на эффективности как сельскохозяйственного производства, так и производительности труда.