

ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА МЯСА И МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Потребность населения в таких товарах, как мясо, колбасные изделия, мясные консервы, мясные полуфабрикаты, полностью обеспечивается за счет продукции отечественного производства. Беларусь является лидером среди стран СНГ по производству мяса на душу населения — показатель в 2020 г. составил 137 кг, опережая Российскую Федерацию, Украину и Казахстан, и показал прирост на 10,5 % за пятилетний период. В это время потребление мяса и мясoproдуктов составило 99 кг на душу населения с ростом на 7,6 % за 2016–2020 гг. Таким образом, Беларусь полностью обеспечивает себя мясом.

В 2020 г. объем производства мяса в убойном весе составил 1,3 млн т, что на 3,6 % выше показателей предыдущего года. За последние 5 лет Беларусь показала прирост объемов производства мяса на 9,6 % со среднегодовым темпом прироста 2,3 % [1].

Основную долю в производстве мяса занимает мясо птицы — 42,5 % в 2020 г., а объем его производства составил 539,6 тыс. т. По сравнению с уровнем 2019 г. он вырос на 2,4 %. Акцент на данный вид мяса обусловлен мировой тенденцией к увеличению потребления мяса птицы и его дешевизной, быстрой окупаемостью и простотой в производстве. Объем производства свинины в 2020 г. составил 402,7 тыс. т, что на 5,2 % выше уровня 2019 г. За 2020 г. объем производства мяса крупного рогатого скота составил 340,5 тыс. т — на 3,8 % больше уровня 2019 г. Постоянно растет экспорт готовой продукции. В 2020 г. экспорт колбасных изделий из Республики Беларусь составил 33,7 тыс. т (темп к уровню прошлого года — 124,4 %). Экспорт изделий из мяса — 23,4 тыс. т (116,4 %). Беларусь экспортировала мясную продукцию в 2020 г. в 24 страны мира. Новыми рынками стали: Экваториальная Гвинея, Сингапур, Малайзия, Афганистан, Ливан, Саудовская Аравия.

Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь постоянно ведет работу по расширению списка предприятий, аккредитованных для поставок мясных продуктов на рынки стран дальнего зарубежья, в том числе сертификации по религиозным нормам. Так, за последние 5 лет сертифицировано на предмет соответствия требованиям ХАЛЯЛЬ 15 мясокомбинатов (по говядине) и 7 птицефабрик, в том числе 6 птицефабрик для поставок на рынок ОАЭ, чей сертификат признается в большинстве стран мусульманского мира [2].

Прогноз производства на 2025 и 2030 г. составляет 1,425 и 1,517 млн т соответственно (темп роста к 2020 г. — 110,9 и 118,1 %). При этом

основными приоритетами являются: глубокая и эффективная переработка всего мясного сырья; полный сбор и переработка вторичного сырья и сопутствующей продукции; оптимизация производственной деятельности в зависимости от конъюнктуры рынка (спрос, цена); обеспечение контроля качества на всех этапах производства и дальнейшее внедрение и совершенствование систем менеджмента качества ISO и HACCP на всех мясоперерабатывающих предприятиях; обеспечение внутреннего рынка мясом и мясной продукцией в полном объеме в соответствии с заключенными договорами с торгующими организациями; выработка и отгрузка на экспорт продукции с высокой добавленной стоимостью [2].

Источники

1. Исследование белорусского рынка мяса и мясной продукции [Электронный ресурс] // Продукт.by. — Режим доступа: <https://produkt.by/news/issledovanie-belorusskogo-rynka-myasa-i-myasnoy-produkcii>. — Дата доступа: 24.11.2021.

2. Итоги работы мясоперерабатывающих организаций за 2020 г. [Электронный ресурс] // Продукт.by. — Режим доступа: <https://produkt.by/news/itogi-raboty-myasopereabatyvayushchih-organizaciy-za-2020-god>. — Дата доступа: 18.11.2021.

В. В. Вишневецкий

БГУУ (Минск)

Научный руководитель — Л. С. Пацай, канд. экон. наук

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ: ПРОБЛЕМЫ И ПРИНЦИПЫ ЭФФЕКТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Стратегическое планирование требует повышенного контроля со стороны менеджмента компании, а также ее непосредственного руководства. На основании этого нами были выделены базовые элементы стратегии развития:

1) стратегия должна содержать строгие временные рамки для каждого этапа реализуемых мероприятий;

2) при разработке стратегии может быть применен сценарный подход, т.е. предложены несколько наиболее вероятных вариантов развития, выявленных при первичном анализе внешней и внутренней среды организации;

3) помимо генеральной стратегии следует уделить внимание детализации программы развития организации;

4) эксперты также отмечают, что при разработке стратегии следует уделить внимание визуализации информации для более эффективной коммуникации внутри команды менеджеров.