

авторы, отмечая противоречивость существующих подходов, тем не менее, предлагают объединить положения отдельных концепций конкуренции в некую целостную теоретическую модель.

С этих позиций представляется актуальным проанализировать концепцию социально ответственного поведения субъектов рынка, активно продвигаемую на уровне международных экономических организаций и стандартов ИСО.

Заключение. Закрепление факторов социальной ответственности субъектов рынка в управлении конкурентными процессами в ходе планирования, организации и проведении торгов в государственных закупках, в закупках за счет собственных средств организаций, в закупках в сфере строительства в нашей республике соответствует модели социально ориентированной смешанной экономики.

1. Тарануха, Ю.В. Конкуренция и конкурентоспособность : монография / Ю.В.Тарануха. – М. : Издательство «Русайнс», 2015. – 336 с.

2. Методология оценки закупочных систем (MAPS) – Режим доступа : <https://www.mapsinitiative.org/methodology/MAPS-methodology-assessing-procurement-systems-russian.pdf> - Дата доступа: 01.11.2020

3. Руководство по социальной ответственности: национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р ИСО 26000. – М. : Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии, 2012. – 139 с.

4. Методические рекомендации по организации и проведению закупок товаров (работ, услуг) с использованием принципов «зеленых» закупок (государственных закупок, закупок за счет собственных средств и закупок товаров (работ, услуг) при строительстве объектов). – Минск, 2019. – 77 с.

5. Сведения о государственных закупках по Республике Беларусь за 2020год. – Режим доступа : <https://mart.gov.by/sites/mart/home/activities/regulation-tenders/statictics.html> – Дата доступа : 01.11.2021.

РОЗНИЧНАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ МЯСА ЦЫПЛЯТ-БРОЙЛЕРОВ КРУПНЫМИ ВИТЕБСКИМИ РИТЭЙЛЕРАМИ

*Н.И. Конончук, Е.А. Левкин,
М.В. Базылев, В.В. Линьков
Витебск, Витебская ордена «Знак Почёта»
государственная академия ветеринарной медицины*

Размещение и специализация сельскохозяйственного производства в Республике Беларусь характеризуют общую агрокластеризационную направленность в деле производства сельхозсырья (сырьевые зоны), промышленной переработки получаемой агропродукции и обязательной её

реализации на внутреннем и внешнем рынках [1-5]. Такой подход, с одной стороны «привязывает» промышленные перерабатывающие предприятия отрасли АПК страны к созданным с госрегуляционным участием зонам производства, предполагая локализацию производства и рыночную стратегию в распределении продовольствия и другой промышленной продукции, но с другой стороны – делает необходимым (оказывает серьёзное давление) улучшение не только количественных, но и качественных показателей производства, в особенности пищевой продукции, одновременно насыщая рынок Республики востребованной высококачественной продукцией и обращая внимание на работу по экспорту продовольствия. В связи с этим, представленные на обсуждение результаты исследований по изучению маркетинговой стратегии крупнейших Витебских ритейлеров в реализации охлаждённого мяса цыплят-бройлеров являются актуальными, затрагивающими интерес большого количества участников производства, распределения и потребления продовольствия.

Цель исследования – изучение маркетингово-логистической деятельности крупных Витебских ритейлеров в реализации мяса цыплят-бройлеров.

Материал и методы. Исследования проводились на протяжении 2019–2021 гг. в условиях производственно-экономической деятельности трёх крупнейших Витебских ритейлеров (GRIN, Евроопт-Евроторг и Гиппо), в последующем идущих под номерами, чтобы избежать вынужденной рекламы или демаркетинга какой-либо фирмы. Методика исследований общепринятая. В работе использовались методы: анализ, синтез, сравнение, статистической обработки данных.

Результаты и их обсуждение. Нами было проведено изучение ценового позиционирования крупнейших Витебских розничных торговых предприятий продовольственной продукцией. Полученные результаты исследования представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Логистическая и маркетинговая деятельность крупнейших Витебских ритейлеров по реализации мяса цыпленка бройлера, руб./кг*

Наименование продукции	I	II	III
Грудка	6,99 Производитель: ООО «ГРИНрозница»	7,39 Производитель: Агрокомбинат Дзержинский	6,75 Производитель: СЗАО Агрокомбинат Колос
Крыло	5,11 Производитель: СЗАО Агрокомбинат Колос	4,99 Производитель: «Серволукс Агро»	6,70 Производитель: СЗАО Агрокомбинат Колос

Бедро	6,99 Производитель: ООО «ГРИНПроз- ница»	7,78 Производитель: Аг- рокомбинат Дзер- жинский	7,12 Производитель: СЗАО Агрокомбинат Колос
Голень	4,81 руб. кг Производитель: ЗАО ТД «Серво- люкс»	5,31 Производитель: СЗАО Агрокомби- нат Колос	6,41 Производитель: СЗАО Агрокомбинат Колос
Средние значе- ния	5,98	6,37	6,75

*- цены представлены на 01.10.2021 г.

Анализ результатов показывает, что представленный ассортимент имеется во всех изучаемых торговых сетях, при этом, откровенно стимулируется потребительский спрос на продукцию с ограниченным сроком использования – в особенности у ритейлера № I, у которого средневзвешенная цена на мясо цыпленка-бройлера составила 5,98 руб./кг, что ниже, чему у других ритейлеров соответственно ПИИ на 6,1 и 11,4 %. Вместе с тем, по отдельным позициям наблюдается стимуляция спроса в более дорогих магазинах.

Заключение. Таким образом, исследования отразили рыночную борьбу крупнейших Витебских ритейлеров за кошельки покупателей, реализующих кроме большого ассортимента продовольствия, также и мясо цыплят-бройлеров. Несмотря на наличие более- или менее дорогих ритейлеров, по отдельным позициям ассортимента наблюдается стремление быстрой реализации продовольственной продукции, стимулируемое более благоприятной для покупателя ценой.

1. Бекиш, Е.И. Управление процессами заключения и реализации сделок / Е.И. Бекиш, О.Э. Гришин, С.А. Дмитриев // Материалы III Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы профессионального образования в Республике Беларусь и за рубежом», Витебский филиал Международного университета «МИТСО». – Витебск : МИТСО, 2015. – С. 28-31.

2. Гуменников, А.П. Логистика и автоматизация торгово-технологических процессов как факторы повышения качества обслуживания и конкурентоспособности торговых организаций потребительской кооперации / А.П. Гуменников // Коммерция, логистика и маркетинг в инновационной экономике: научная дискуссия : сборник научных статей Международной научно-практической интернет-конференции, Гомель, 25 октября 2018 г. – Гомель : УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2018. – С. 34-38.

3. Корабельников, И.С. Развитие подходов к анализу внутренней и внешней среды как способ реализации стратегии агропредприятия / И.С. Корабельников, М.В. Сулева, Д.В. Морозова // Стратегия развития сельского хозяйства в современных условиях – продолжение научного наследия Листопада Г.Е., академик ВАСХНИЛ (РАСХН), доктора технических наук, профессора: национальная научно-практическая конференция, г. Волгоград, 6–7 ноября 2018 г. – Волгоград : ФГБОУ ВО Волгоградский ГАУ, 2019. – Том 2. – С. 65-71.

4. Перспективные аспекты эффективного менеджмента в агробизнесе / М.В. Базылев [и др.] // Основные направления развития агробизнеса в современных условиях : сборник статей по материалам III Всероссийской (национальной) научно-практической конференции (5 июня 2019 г.). – Курган : ФГБОУ ВО Курганская ГСХА, 2019. – С. 14-17.

5. Проблемы конкуренции на рынках продовольствия Евразийского Экономического Союза. Изучение риска возникновения «рыночной власти» в отдельных секторах агропромышленного комплекса в результате цифровизации и выхода крупнейших многонациональных корпораций на рынки товаров для сельского хозяйства в Евразийском Экономическом Союзе / А.В. Пилипук. – Отчёт НИР (I этап) п. 1. Календарного плана к договору от 12 октября 2020 г. № Н-22/272 Современные тенденции развития рынков продовольствия в концепции глобальных цепочек создания стоимости: значение для ЕАЭС. – Минск : Институт системных исследований в АПК Национальной академии наук Беларуси, 2020. – 399 с.

СТРУКТУРА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ И ЕГО ФУНКЦИИ

*В.А. Коржак
Минск, Белорусский государственный
экономический университет*

Понятие “интеллектуальный капитал” в современной научной литературе встречается достаточно часто, однако, единого подхода к определению его структуры нет. А это самое важное, т.к. управление стоимостью организации происходит через оценку ее нематериальных активов, которую качественно можно провести только после определения конкретных составляющих интеллектуального капитала.

Поэтому целью данного исследования является обобщение изученного опыта зарубежных и отечественных авторов и сведение их трактовок по поводу структуры интеллектуального капитала к единому подходу, определить структуру интеллектуального капитала современных организаций и его основные функции.

Актуализируется такое исследование тем, что для многих организаций не совсем понятно, что входит в структуру их интеллектуального капитала и какие функции выполняет каждая часть.

Материал и методы. Исследование проводилось на основе данных научных трудов исследователей. Использовались методы анализа и синтеза, индукции и дедукции, а также структурирования и описания.

Результаты и их обсуждение. Основным источником интеллектуального капитала в классической теории, начиная с конца 20-го века, по изучению отечественного и зарубежного опыта, является человеческий капитал