

УДК 635.1/.8

**БАШКИРОВА В. Ю.**, студент

Научные руководители - **Базылев М. В.**, канд. с.-х. наук, доцент;

**Линьков В. В.**, канд. с.-х. наук, доцент

*УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины», г. Витебск, Республика Беларусь*

## **АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА ОАО «ЛУНИНЕЦКИЙ МОЛОЧНЫЙ ЗАВОД»**

**Резюме.** Проведенными исследованиями 2019–2020 гг. производственной деятельности ОАО «Лунинецкий молочный завод» установлены основные направления ассортимента получаемой молочной продукции. Определено то, что на предприятии используются инновационные методы организации и управления производством, направленные на производство широкого ассортимента востребованной продукции, пользующейся заслуженной любовью у потребителей.

**Ключевые слова:** молочные продукты, ассортимент, экономика предприятия.

**Введение.** Современный агропромышленный комплекс Республики Беларусь включает не только сельскохозяйственных производителей различных видов агропродукции, но и целый шлейф предприятий сопутствующих отраслей, для наглядности отображенных на рисунке 1 [2, с. 20–23, 6, с. 111–114].



*Рисунок 1 – Основные позиции АПК Беларуси (составлено с использованием источников [1, с. 73–74, 3, с. 11–13, 5, с. 923, 6, с. 112, 7, с. 38–41])*

Как видно из рисунка 1, воспроизводственно-функциональная структура АПК Беларуси представлена пятью основными стадиями

воспроизводства. В связи с этим, обнаруживаемые результаты исследований по производственной деятельности ОАО «Лунинецкий молочный завод» будучи составной частью АПК Белорусского производства агропродукции, являются актуальными, имеющими большое значение, как для научно-практического изучения национальными переработчиками молока и производства молочной пищевой продукции, так и для рядовых граждан, чьи вкусы и предпочтения ориентированы на отечественного производителя широкого ассортимента молочной продукции, ставшей традиционными ингредиентами Белорусской национальной кухни [4, с. 4–10].

Основная цель исследований заключалась в анализе ассортиментной политики производства пищевой молочной продукции ОАО «Лунинецкий молочный завод», позволяющей получать востребованную на рынке, экономически оправданную агропродукцию. Для достижения поставленной цели решались следующие задачи: производилось изучение основных направлений и ассортимента продукции ОАО «Лунинецкий молочный завод», осуществлялась обработка полученных данных, их анализ и интерпретация.

**Материалы и методы исследований.** Исследования проводились в 2019–2020 гг. при изучении производства отдельных видов пищевой продукции, реализуемых в условиях ОАО «Лунинецкий молочный завод» Брестской области. В исследованиях использовались данные годовых отчетов предприятия, собственные наблюдения и учеты. Методика исследований общепринятая. Методологическая база исследований включала методы анализа, синтеза, дедукции, логический, прикладной математической статистики.

**Результаты исследований.** Главными задачами ассортиментной политики предприятия ОАО «Лунинецкий молочный завод» являются следующие, показанные на рисунке 2.



*Рисунок 2 – Задачи ассортимента производимой молочной продукции в ОАО «Лунинецкий молочный завод»*

Ассортиментное позиционирование производимой на ОАО «Лунинецкий молочный завод» пищевой продукции представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Основные потребительские характеристики производимой продукции на ОАО «Лунинецкий молочный завод»

Ассортиментный перечень*	Срок годности, суток
<b>Молоко питьевое</b>	
Питьевое молоко «А2» «АСАБЛІВАЕ»ТМ пастеризованное м.д.ж. 3,6%, 0,75 л, фас. в стеклянную бутылку	7
Молоко питьевое пастеризованное м.д.ж. 2,0%, 1 л, фасованное в п/э пакет	7
Молоко питьевое пастеризованное м.д.ж. 3,3%, 1 л, фасованное в п/э пакет	7
Молоко питьевое пастеризованное м.д.ж. 3,7 %, 0,5 л, фасованное в п/э пакет	7
<b>Кисломолочные продукты</b>	
Кефир м.д.ж. 3,3%, 1 кг, фасованный в п/э пакет	10
Кефир м.д.ж. 3,3%, 0,5 кг, фасованный в п/э пакет	10
Сметана м.д.ж. 20%, 400 г, фасованная в п/э пакет	10
Творог м.д.ж. 10%, 230 г, фасованный в вакуумную упаковку	8
Творог м.д.ж. 7%, 350 г, фасованный в мешочки	16
Творог «Столовый» обезжиренный 450 г, фасованный в мешочки	25
<b>Крема сливочно-творожные</b>	
Крем сливочно-творожный «Мечта» с ванилином м.д.ж. 15,0%, фас. В стаканчики из полистирола	10
Крем сливочно-творожный «Мечта» с какао м.д.ж. 15,0%, фас. В стаканчики из полистирола	10
<b>Йогурты</b>	
Йогурт с компонентами м.д.ж. 2,1%, в ассортименте, фас.в стаканчики из полистирола	30
Йогурт с пищевыми компонентами м.д.ж. 1,8%, 380 г, фас.в пленку	15
Биойогурт без сахара с компонентами, м.д.ж. 1,6%, фас.в стаканчики из полистирола	30

\*- м.д.ж. – массовая доля жира в сухой массе продукта

Анализ таблицы 1 показывает, что ассортиментный перечень формируют следующие важнейшие направления (виды) производимой на заводе продукции: молоко питьевое; кисломолочные продукты; сливочно-творожные крема; различные йогурты. При этом, из 15 наименований представленной пищевой продукции наибольшим ассортиментным перечнем отличаются кисломолочные продукты (6 позиций), включающих кефир, сметану, творог, на втором месте расположились продукты в виде молока питьевого (4 позиции), далее идут йогурты (3 позиции) и крема сливочно-творожные (2 позиции). Изучение срока годности

представленных товаров показывает, что практически все они имеют значительный срок – от 7 до 30 суток, позволяющий не только успешно реализовывать данную продукцию, но и использовать конечному потребителю по собственному усмотрению, потребляя маленькими порциями и, даже, растягивая удовольствие в потреблении любимейшей им молочной продукции.

**Заключение.** Таким образом, представленные результаты исследований свидетельствуют о направленном организационно-управленческом движении высшего менеджмента ОАО «Лунинецкий молочный завод» в сторону создания широкого ассортимента производимой продукции, пользующейся заслуженным уважением у потребителей и повышенным спросом.

**Литература.** 1. Аварский, Н. Теория и методология инфраструктуры товародвижения на агропродовольственном рынке / Н. Аварский, Н. Пролыгина // АПК: экономика, управление. – 2015. – № 10. – С. 73–79. 2. Базылев, М. В. Прогрессивный менеджмент в пограничных ситуациях / М. В. Базылев, В. В. Линьков, Е. А. Левкин // XIX (девятнадцатая) научная сессия преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов : сборник докладов XIX (девятнадцатой) научной сессии, Витебск, 22 апреля 2016 г. : в 3 ч. / Витебский филиал Международного университета «МИТСО» ; редкол.: А. Л. Дединкин (гл. ред.) [и др.]. – Витебск, 2016. – Ч. 3 : Экономика, логистика, менеджмент: тенденции и перспективы развития. Естественные науки в современном мире. Перспективы развития информационных технологий. – С. 20–24. 3. Базылев, М. В. Социокультурная глобализация сельскохозяйственного производства / М. В. Базылев, Е. А. Левкин, В. В. Линьков // Культура коммуникаций в условиях цифровой и социокультурной глобализации: материалы Международной научно-практической конференции, 22 декабря 2017 г. – Москва : АПК и ППРО, 2017. – С. 11–14. 4. Базылев, М. В. Этнонациональная и международная интеграция современной белорусской кухни / М. В. Базылев, Е. А. Левкин, В. В. Линьков // Социальное воспитание. – 2021. – № 2. – С. 4–11.5. Веренич, В. А. Анализ эффективности использования краткосрочных активов ОАО «Лунинецкий молочный завод» / В. А. Веренич, В. С. Наумовец, М. И. Бухтик // Экономика и социум. – 2021. – № 1. – Ч. 2. – С. 922–927. 6. Двухэтапный экспресс-анализ производственно-экономических показателей инновационного молочно-товарного скотоводства ОАО «Остромечево»: Часть 1 / М. В. Базылев [и др.] // Электронный периодический рецензируемый научный журнал «SCI-ARTICLI.RU». – 2021. – № 93. – С. 111–117. 7. Станкевич, И. Методика мониторинга и оценки устойчивого развития молокоперерабатывающего предприятия / И. Станкевич // Аграрная экономика. – 2016. – № 9. – с. 38–42.