

головного предприятия. Он состоит из овала, надписи «Каравай Придвинья», наименования предприятия и изображения каравая с шестью колосками пшеницы. Отличительными особенностями этого знака является четкость, экспрессивность и динамичность воспроизводимых графических элементов. Преимущества данного товарного знака несомненны. Например, он может с достаточно высокой степенью точности воспроизводиться при изменении масштаба, как в сторону уменьшения, так и в сторону значительного увеличения изображения товарного знака.

Реализация продукции является важнейшим экономическим показателем, характеризующим хозяйственно-финансовую деятельность предприятия. За счет возрастающего спроса со стороны потребителей продукции филиала «Оршанский хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» увеличились объемы реализации хлебобулочных изделий в 2022 г. по сравнению с 2020 г. на 4,3%, кондитерских изделий на 2,9% и прочей продукции на 48,3%. основную часть продукции предприятие реализует в Витебской области – 91,4%. Наибольший удельный вес приходится на данную область, так как сам филиал «Оршанский хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» расположен в данной местности. Вторая по значимости Могилевская область, где предприятие сбывает 6,2% своей продукции. В связи с тем, что на рынке представлено большое количество наименований хлеба и хлебобулочных изделий, широкий ассортимент кондитерских изделий, который постоянно расширяется, конкуренция на рынке постоянно усиливается.

В 2022 г. по сравнению с 2020 г. эффективность реализации продукции и эффективность функционирования филиала «Оршанский хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» выросла – увеличился уровень рентабельности продаж – на 1,4 п. п., уровень рентабельности реализованной продукции – на 1,9 п. п. и уровень рентабельности по конечному финансовому результату – на 2,1 п. п.

Заключение. Таким образом, можно сделать вывод, что производство хлебобулочных изделий в филиале «Оршанский хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» имеет достаточно устойчивую тенденцию и сама отрасль является прибыльной и рентабельной для предприятия. По проведенному анализу также можно заключить, что предприятие имеет значительные перспективы для своего развития и роста.

Литература. 1. Веселова, А. Ю. Разработка технологии хлебобулочного изделия функционального назначения / А. Ю. Веселова, А. П. Морозова // Пищевая индустрия. – 2021. – № 2. – С. 20-23. 2. Карпов, В. А. Организация переработки сельскохозяйственной продукции и агросервисного обслуживания. Курс лекций : учеб.-мет. пособие / И. И. Дегтяревич, В. А. Карпов. – Гродно : ГГАУ, 2010. – 296 с. 3. Колмыков, А. В. Экономика сельского хозяйства и бухгалтерский учет. Экономика сельского хозяйства: учебно-методическое пособие с грифом УМО / А. В. Колмыков. – БГСХА, 2019. – 200с.

УДК 658:664.66 (476.5)

ЛЕОНЕНКО Е.А., студент

Научный руководитель - **Колмыков А.В.,** канд. эконом. наук, доцент

УО «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия», г. Горки, Республика Беларусь

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ В ФИЛИАЛЕ «ОРШАНСКИЙ ХЛЕБОЗАВОД» ОАО «ВИТЕБСКХЛЕБПРОМ» ОРШАНСКОГО РАЙОНА

Введение. Производство хлебопродуктов высокого качества является приоритетным направлением в экономике Республики Беларусь [1]. На нынешнем этапе ситуация в отрасли неоднозначна: происходит снижение объема производства отдельных видов продукции, неэффективно используются производственные мощности предприятий, существует проблема сбыта готовой продукции и поиска поставщиков сырья [2]. Это в значительной

степени определяет актуальность темы исследования.

Материалы и методы исследований. Материальной базой статьи стали данные исследования автора по изучаемому вопросу, а также годовая отчетность филиала «Оршанский хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром». Основными методами исследования послужили анализ и синтез.

Результаты исследований. Изучение показывает, что на основании всестороннего изучения рыночной ситуации, нами проведен SWOT-анализ, который позволил выявить и структурировать сильные и слабые стороны филиала «Оршанский хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» при производстве и реализации хлебобулочной продукции, а также их потенциальные возможности и угрозы. Наибольшая сумма баллов получена по полю «слабые стороны-возможности» – 75,25 баллов, следовательно, стратегия управления филиала «Оршанский хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» должна 1,6), во-вторых – модернизацию и реконструкцию оборудования (взвешенная оценка 2,5).

При изучении макросреды филиала «Оршанский хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» может быть использован STEP-анализ. Название этого метода основано на перечислении факторов среды, оказывающих влияние на деятельность предприятия: социальных, технологических, экономических и политическим. Так в результате проведенного STEP/PEST-анализа филиалу «Оршанский хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» необходимо увеличение объема продаж; расширение ассортимента; модернизация или ввод нового оборудования; увеличение конкурентного преимущества, увеличение качества выпускаемой продукции; снижение издержек, ориентация на постоянных клиентов; стимулирование сбыта, выход на новые рынки сбыта; усилить участие в международных выставках, развитие новой товаропроводящей сети, анализ конъюнктуры, поиск более дешевых видов сырья, изменение технологии.

Анализ потенциала филиала «Оршанский хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» можно провести также на основе SNW-анализа, с помощью которого можно также выявить внутренние сильные и слабые стороны деятельности организации, нейтральные позиции предприятия, т.е. среднерыночное состояние – своеобразная нулевая точка конкуренции. На основе проведенного управленческого анализа можно сделать вывод, что исследуемое предприятие имеет большой потенциал развития и широкие возможности для роста. Но для этого предприятию необходимо расширять ассортимент продукции, больше внимания уделять повышению квалификации своих работников, снижать уровень издержек производства.

Для оценки конкурентного положения филиала на рынке была использована Матрица Мак-Кинси (GE/McKinsey). По результатам матричных данных филиал «Оршанский хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» при производстве хлебобулочных изделий занимает среднее положение. КУП «Минскхлебпром» занимает лидирующую позицию и находится между средней и сильной конкурентной позиции. При этом рыночная привлекательность каждого предприятия находится между средним и высоким уровнем. Матрица Мак-Кинзи позволила определить, филиал «Оршанский хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» может оказаться в квадранте с высокой рыночной привлекательностью и с сильными преимуществами в конкуренции, если будет осуществляться расширение производства, инвестирование, а также концентрацию усилий на поддержание эффективности. Таким образом, предприятию следует выбрать наступательную стратегию.

Заключение. Таким образом, можно сделать вывод, что приоритетными направлениями в повышении эффективности производства хлебобулочных изделий в филиале «Оршанский хлебозавод» ОАО «Витебскхлебпром» являются: повышение технического и технологического уровня производства, создание прогрессивных экологически безопасных и ресурсосберегающих технологий; разработка научных основ технологий и ассортимента хлебобулочных изделий лечебного и профилактического назначения; оптимизация композиционного состава хлебопекарных изделий и улучшение их качества; совершенствование инвестиционной и маркетинговой деятельности предприятия.

Литература. 1. Колмыков, А. В. Экономика сельского хозяйства и бухгалтерский учет. Экономика сельского хозяйства: учебно-методическое пособие с грифом УМО / А. В. Колмыков. – БГСХА, 2019. – 200 с. 2. Пантелеева, И. И. Анализ конкурентоспособности организаций хлебопекарной промышленности / И. И. Пантелеева // Проблемы экономики. – 2016. – № 2. – С. 195-206.

УДК 631.145 (476)

ЛУКАШЕВА Т.В., студент

Научный руководитель - **Колмыков А.В.**, канд. экон. наук, доцент

УО «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия», г. Горки, Республика Беларусь

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АГРОСЕРВИСНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Введение. Сфера агросервиса является одной из значимых в системе АПК. Повышение эффективности функционирования напрямую связано со способностью оказывать сельскохозяйственным предприятиям различные услуги в области технико-технологического обеспечения, обслуживания системы земледелия и животноводства, и позволяет создать условия для налаживания необходимой ритмичности и технологичности агропромышленного производства, а также повышения эффективности его организации и функционирования.

Материалы и методы исследований. Исходными материалами для исследования послужили данные Национального статистического комитета Республики Беларусь, а также публикации по теме исследования. В процессе подготовки научной статьи использовались экономико-статистические и общелогические (анализ, синтез, аналогия, обобщение) методы.

Результаты исследований. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь на начало 2023 года в аграрном секторе страны имеется в наличии 36,3 тыс. тракторов различной мощности, 16,3 тыс. автомобилей, 7,9 тыс. комбайнов, или 18,1 млн. л.с. Около 35% всех энергомощностей приходится на двигатели тракторов. Остальная часть – это двигатели автомобильного транспорта, комбайнов и самоходных машин. В настоящее время нагрузка пашни на один трактор составляет в среднем по республике 137 га. Однако техническая оснащённость сельского хозяйства Республике Беларусь уступает многим экономически развитым странам. Так, в расчёте на 100 га пашни в хозяйствах республики имеется тракторов по сравнению с США в 1,5 раза меньше, Францией – в 4,5 и Германией – в 9 раз. Аналогичное положение с обеспеченностью и другой сельскохозяйственной техникой.

Эффективность деятельности агросервисных предприятий напрямую зависит от прибыльности сельхозпроизводителей. Чем шире спектр и объем договорных отношений между сельскохозяйственными организациями и агросервисами, тем выше результативность их работы. Поэтому экономические интересы агросервисных и сельскохозяйственных предприятий должны быть согласованы между собой и отвечать общим целям.

Важным фактором роста производительности труда в аграрной сфере является цифровизация. Современный рынок предлагает множество цифровых решений для сельского хозяйства, призванных снизить потери урожая, обеспечить мониторинг полей и сократить влияние человеческого фактора на производство продукции. Однако новые технологии требуют инвестиций, к которым пока готовы далеко не все сельхозпредприятия. Кроме того, в данной сфере ощущается острая нехватка квалифицированных кадров.

Агросервисные организации могут стать своего рода центрами оказания цифровых услуг в сфере сельского хозяйства в рамках обслуживаемых ими зон.

Агросервисы могут решать следующие задачи:

1. Независимая оценка и контроль качества проведения операций и фитосанитарного