

УДК 339.376:664.6

ИВАНОВ А.В., студент

Научный руководитель **ЛЮБЕЦКИЙ П.Б.**

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

ИССЛЕДОВАНИЕ СЕЗОННОСТИ НА ПРИМЕРЕ ОРГАНИЗАЦИЙ ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ОТРАСЛИ

Сезонность производства и сбыта для многих отраслей АПК является значимым фактором, влияющим на результативность агробизнеса. Актуальность и важность исследования сезонности производства заключается в том, что позволяет производителям подготовиться к периодам спада и подъема предложения товаров на рынке, а также сгладить динамику производства и обеспечить соответствие предложения спросу, чтобы увеличить экономическую эффективность функционирования предприятия на рынке.

Для изучения сущности фактора сезонности нами было проведено исследование. Цель выполненного исследования – изучение понятия сезонности, ее видов, методики определения, а также получение результатов анализа сезонности на конкретном примере хлебобулочной отрасли. В ходе проведения данного исследования были использованы следующие методы исследования: анализ, синтез, сравнение.

В ходе проведенного исследования было установлено, что с каждым годом объемы производства хлебобулочных изделий постепенно снижаются. Такая тенденция свидетельствует об улучшении благосостояния населения – рацион семей становится более разнообразным, хлеб заменяется другими продуктами: мясом, рыбой, овощами, фруктами. Так, в среднем объем производства хлебобулочных изделий в 2013 году составил 25,9 тыс. тонн, в 2014 году – 24,3 тыс. тонн, в 2015 году – 22,8 тыс. тонн.

Также было установлено, что в I квартале каждого года продажи хлеба падают, а во II и III кварталах увеличиваются по сравнению с предыдущими кварталами. Это объясняется тем, что в феврале, марте и апреле проявляется меньшая активность у людей, следовательно, они меньше потребляют хлеба. В летний период потребление хлеба возрастает в связи с тем, что люди начинают вести активный образ жизни и потреблять большое количество энергии.

Для преодоления спада производства в I квартале следует применить комбинирование различных видов хлебобулочных изделий для привлечения покупателей. Для выгодного использования подъема производства в июне и октябре следует использовать ограниченное предложение, которое будет побуждать потребителей сделать покупку, так как этого предложения может ему не хватить. Также целесообразно расширить производственный ассортимент путем обновления продукции и введения функциональных разновидностей существующих видов продукции, что приведет к росту объема продаж в целом.