

*МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ*

*УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ГРОДНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»*

**СБОРНИК
НАУЧНЫХ СТАТЕЙ**

*ПО МАТЕРИАЛАМ
XXIV МЕЖДУНАРОДНОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ
НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ*

(Гродно, 1 июня 2023 года)

ЭКОНОМИКА

*Гродно
ГГАУ
2023*

УДК 631.1 (06)

ББК 65.32

С 23

Сборник научных статей

по материалам XXIV Международной студенческой научной конференции. – Гродно, 2023. – Издательско-полиграфический отдел УО «ГГАУ». – 372 с.

УДК 631.1 (06)

ББК 65.32

Ответственный за выпуск

доцент, кандидат сельскохозяйственных наук О. В. Вертинская

За достоверность публикуемых результатов научных исследований
несут ответственность авторы.

© Учреждение образования
«Гродненский государственный аграрный
университет», 2023

ЭКОНОМИКА

УДК 631. 145: [005+658.8]

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В АПК

Адамчик В. Д. – студент

Научный руководитель – Чернов А. С.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Аграрный сектор – одна из важнейших составляющих в экономике каждой страны.

Для эффективного ведения агробизнеса необходимо четко представлять себе особенности агромаркетинга и учитывать их в деятельности сельскохозяйственных предприятий. Маркетинг, связанный с продуктами сельского хозяйства, сложнее промышленного и многих других его видов. Трудности сельскохозяйственного производства связаны также с нестабильными и относительно низкими ценами на продукцию.

В настоящее время в Республике Беларусь главную роль в реализации сельскохозяйственной продукции по-прежнему играет централизованная система заготовок, основные элементы которой сложились в годы, предшествующие рыночным преобразованиям.

Будет некорректно, если мы скажем, что формирование маркетинговых служб на сельскохозяйственных предприятиях находится в стадии становления и развития, т. к. многие из них даже не хотят об этом думать.

Большинство хозяйств не имеют в своей организационной структуре службы маркетинга. Практика свидетельствует, что такая ситуация является широко распространенной в силу ряда причин:

1. Отсутствие свободных денежных ресурсов на создание службы;
2. Ориентация предприятий преимущественно на производство или управление финансами;
3. Сомнения по поводу практической полезности создания маркетинговой службы [1].

Однако в последние годы роль государства в системе сбыта продукции сельскохозяйственных предприятий значительно ослабла, что, в первую очередь, связано с поисками сельскохозяйственными предприятиями более выгодных каналов реализации своей продукции.

Таким образом, для становления маркетинга в агропромышленном

производстве необходимо проведение следующих мероприятий:

- 1) подготовка необходимых специалистов, владеющих практикой маркетинга и способных эффективно работать в условиях рыночной экономики;
- 2) стимулирование производства сельскохозяйственной продукции в фермерских, личных подсобных хозяйствах;
- 3) создание торговых бирж, закупочно-сбытовых центров с базами хранения и транспортными подразделениями;
- 4) изменение логики мышления и психологии поведения руководящего звена хозяйственных субъектов, рядовых работников и трудовых коллективов в целом.

Без сомнения, маркетинг имеет огромные перспективы, и в будущем, по мере развития рыночных отношений, в условиях обостряющейся конкуренции, маркетингом вынуждены будут заниматься все, кто стремится обеспечить своему предприятию не сиюминутный, а долгосрочный успех.

Менеджмент в АПК создает систему производства и управления, в основе которой межхозяйственная кооперация и агропромышленная интеграция, обеспечивающая связь между доходами агропромышленных формирований и результатами реализации продукции [2].

Развитие менеджмента в агропромышленном комплексе на современном этапе нельзя представить без учета существующих проблем агропродовольственного производства, обеспечения безопасности применяемых инновационных технологий, потребностей в квалифицированных кадрах, соблюдения принципов качества и безопасности производимой продукции, равноправной и мотивированной политики в системе управления производством. Применение мониторинга внешних и внутренних факторов организации, преимуществ и недостатков системы менеджмента в агропромышленном комплексе позволит повысить результативность методов управления, обеспечить качество, безопасность.

Таким образом, профессия менеджера-управленца никогда не перестанет быть актуальной, поскольку торгово-рыночные отношения будут существовать всегда в обозримом будущем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреева, Н. Н. Формы современного прямого маркетинга и их классификация / Н. Н. Андреева // Маркетинговые коммуникации. – 2018. – № 4. – С. 236-247.
2. Дорошкевич, И. Н. Менеджмент: учебно-методический комплекс для студентов / И. Н. Дорошкевич, А. А. Козлов, Н. Г. Баркова. – Гродно: ГГАУ, 2011. – Ч. 1. – 139 с.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК

Алиева А. Р. – студент

Научный руководитель – **Громько О. П.**

УО «Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий»

г. Могилев, Республика Беларусь

Эффективность является достаточно сложной экономической категорией, служащей как для формирования численных критериев важности и принятия решений, так и для отражения процесса закономерного измерения производительных сил в тесной взаимосвязи с производственными отношениями.

Теория эффективности разграничивает понятия экономического эффекта и экономической эффективности. Эффект является отражением результата деятельности, к которому стремится экономический объект. Экономический эффект может быть выражен в дополнительном объеме продукции или экономии ресурсов в натуральной и денежной форме. Эффективность учитывает не только результат деятельности, но и те условия, при которых был достигнут этот результат. Экономическую эффективность можно определить с помощью различных методов: с одной стороны, путем сопоставления эффекта и ресурсов, а с другой – эффекта и затрат [1].

На эффективность производственно-хозяйственной деятельности организаций АПК оказывают влияние различные факторы. По месту возникновения они классифицируются на внутренние и внешние, т. е. зависящие и не зависящие от деятельности данной организации. Основное внимание при анализе должно уделяться исследованию внутренних факторов, на которые субъект хозяйствования может воздействовать. Тем не менее при развитых производственных связях и отношениях на результаты работы каждой организации в значительной степени оказывает влияние деятельность других субъектов хозяйствования, например, равномерность и своевременность поставок сырья, материалов, их качество, стоимость и др. Внешние факторы не характеризуют усилия данной организации, но их исследование позволяет точнее определить степень воздействия внутренних причин и тем самым более полно выявить внутренние резервы производства, объективнее оценить эффективность деятельности. В таблице приведены основные показатели деятельности ОАО «Могилевский мясокомбинат».

Таблица – Основные показатели производственно-хозяйственной деятельности ОАО «Могилевский мясокомбинат» за 2019-2020 гг.

Наименование показателей	2019	2020	Отклонение, ±	Темп роста, %
Годовой объем производства в стоимостном выражении, тыс. руб.	112 428	114 372	+1944	101,7
Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	120 273	124 881	+4608	103,8
Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	102 770	104 385	+1615	101,6
Прибыль(убыток) от реализации продукции, тыс. руб.	5583	6255	+672	112,0
Прибыль (убыток) отчетного периода, тыс. руб.	2323	2172	-151	93,5
Чистая прибыль (убыток), тыс. руб.	1127	1159	+32	102,8
Рентабельность продукции, %	4,6	5,0	+0,4	108,7
Среднесписочная численность работников, чел.	972	1059	+87	108,9
Производительность труда, тыс. руб.	115,7	108	-7,7	93,3
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	35 133	55 428,5	+20 295,5	157,8
Фондоотдача, руб./руб.	3,4	2,3	-1,1	67,6
Коэффициент текущей ликвидности	1,54	1,35	-0,19	87,7
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,34	0,26	-0,08	76,5

Таким образом, наблюдается увеличение таких значимых показателей, как годовой объем производства, выручка от реализации продукции, прибыль от реализации продукции, чистая прибыль в динамике за 2019-2020 гг., что свидетельствует об удовлетворительном состоянии производственно-хозяйственной деятельности ОАО «Могилевский мясокомбинат».

ЛИТЕРАТУРА

1. Демченко, З. А. Экономическая эффективность предприятия: понятие, сущность, показатели, способы определения / З. А. Демченко, Е. И. Быковский // Наука 21 века: сб. науч. ст. 2016. – С. 141-145.

УДК 339.133.2:338.4 (476)

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РАСХОДОВ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ ЗА 2015-2020 ГГ.

Андралойть В. А. – студент

Научный руководитель – Леванов С. Ю.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Потребительские расходы домашних хозяйств являются частью денежных расходов домашних хозяйств, направленных на приобретение потребительских товаров и оплату услуг для удовлетворения потребностей домохозяйства и членов домохозяйства. В составе потребительских расходов не учитываются расходы на покупку произведений искусства, антиквариата и ювелирных изделий, приобретенных в качестве капиталовложений, а также расходы на оплату материалов и работ по строительству и капитальному ремонту жилых или подсобных помещений, являющихся инвестициями.

Рассмотрим таблицу, в которой отражена структура потребительских расходов домашних хозяйств за 2015-2020 гг.

Таблица – Структура потребительских расходов домашних хозяйств за 2015-2020 гг., %

	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Потребительские расходы – всего	100	100	100	100	100	100
в т. ч. на:						
питание	43,7	43,8	42,4	40,9	40,9	39,8
алкогольные напитки, табачные изделия	3,6	3,6	3,2	3,3	3,0	2,7
непродовольственные товары	32,8	30,8	32,1	33,3	32,9	35,2
оплату услуг	19,9	21,8	22,3	22,5	23,2	22,3

Рассмотрев данные, приведенные выше в таблице, можно сделать следующие выводы: а) в данной таблице выделяются потребительские расходы: питание (включая общественное питание), алкогольные и табачные изделия, непродовольственные товары и оплата услуг; б) наибольший удельный вес приходится на питание, после него идут непродовольственные товары, на третьем месте находится оплата услуг; в) наименьший удельный вес в структуре потребительских расходов приходится на алкогольные напитки и табачные изделия.

Как видно из данных, представленных в таблице, доля питания в потребительских расходах на протяжении последних 6 лет снизилось на 3,9 п. п.

Непродовольственные товары занимают второе место в распределении потребительских расходов. Их доля в структуре расходов, за исследуемый период, увеличилась на 2,4 %.

Доля расходов, приходящихся на оплату услуг в период с 2015 г. и до 2019 г. Включительно, стабильно увеличивалась, однако в 2020 г. она незначительно сократилась. В целом, удельный вес доли, приходящийся на данные расходы за анализируемый период, увеличились на 2,4 п. п.

Обращает на себя внимание стабильное снижение доли расходов, приходящихся на алкогольные напитки и табачные изделия, на протяжении последних 6 лет.

Проанализировав изменение затрат, было отмечено падение доли потребительских расходов на питание, алкогольные напитки и табачные изделия. Полагаем, что данные изменения связаны с сокращением уровня реальных доходов домашних хозяйств. Так, в 2015 г. индекс реальных доходов населения составлял 97,7 %, а к 2020 г. он уменьшился на 1,1 п. п. и составил 98,8 %. [1]

Что касается непродовольственных товаров и оплаты услуг, то, несмотря на сокращение уровня реальных доходов и рост цен на данную группу товаров, доля затрат в структуре расходов домашних хозяйств по данному показателю выросла. Индекс цен на непродовольственные товары в 2020 г. составил 102,4 %, а в 2015 г. он составлял 100,5 %, что на 1,9 п. п. меньше. Что же касается оплаты услуг, то индекс цен на данные потребительские расходы в 2015 г. составлял 100,4 %, а к 2020 г. он увеличился на 1,9 п. п. и составил 102,4 %. [1]

Таким образом, мы видим, что на увеличение или сокращение потребительских расходов в первую очередь влияет уровень реального дохода домашних хозяйств и изменение цены на ту или иную группу товаров. При этом не смотря на сокращение реального дохода, питание из года в год занимает лидирующую позицию среди потребительских расходов, т. к. пища – это энергия для нашего тела, источник здоровья, силы, бодрости, красоты, работоспособности и долголетия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 04.02.2023.

УДК 631.16 «321»(476)

НАРОДНОХОЗЯЙСТВЕННОЕ ЗНАЧЕНИЕ ЯРОВОГО ЯЧМЕНЯ

Андрушкевич Е. А. – студент

Научный руководитель – **Дешко И. А.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Среди выращиваемых зерновых культур в Республике Беларусь одно из ведущих мест занимает яровой ячмень. Это обусловлено его большими потенциальными возможностями увеличения урожайности и разносторонним использованием.

Яровой ячмень – важнейшая продовольственная, кормовая и техническая культура. Из его зерен изготавливают муку, перловую и ячменную крупу, суррогат кофе, мальц-экстракта – продукта, необходимого в хлебопекарной, кондитерской, фармацевтической, лакокрасочной, текстильной и кожевенной промышленности. [1] Для хлебопечения ячменная мука малопригодна, при необходимости ее примешивают к пшеничной или ржаной муке (20-25 %).

В зерне ячменя содержится: белка – 7-15 %, углеводов – 65 %, жира – 2 %, клетчатки – 5-5,5 %, золы – 2,5-2,8 %. Белок ячменя содержит все незаменимые аминокислоты, включая особо дефицитные и наиболее ценные – лизин и триптофан. Зерно ячменя широко применяют в качестве концентрированного корма (в 1 кг содержится 1,27 к. ед. и 100 г переваримого белка) для животных всех видов, особенно для откорма свиней (удельный вес его в составе комбикорма достигает 50 %). Высокое содержание в зерне ячменя гордеина способствует подавлению развития грамположительных бактерий, что благоприятно сказывается на здоровье животных [2].

Ячмень – отличное сырье для пивоваренной промышленности; особенно ценными для приготовления пивного солода считаются дурядные ячмени, имеющие крупное выравненное зерно с крупнозернистым пластидным крахмалом, состоящим из амилозы и амилопектина, с пониженной пленчатостью (8-10 %), содержанием экстрактивных веществ более 78-82 % и высокой энергией прорастания (более 95 %).

Благодаря своим биологическим особенностям, ячмень – хороший компонент в наборе культур полевого севооборота. По причине более экономного расходования влаги, короткого вегетационного периода, раннего созревания, что дает возможность более рационально использовать технику и снизить напряженность полевых работ, ячмень является хорошим звеном в полево севообороте. Кроме этого, данная культура широко используется как страховая для пересева озимых [3].

ЛИТЕРАТУРА

1. Почвоведение с основами растениеводства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ebooks.grsu.by/pochva_s_osn_rast/glava-5-yarovyje-kultury.htm/. – Дата доступа: 01.02.2023.
2. Ячмень [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://agroritn.by/agronomiya/yachmen//>. – Дата доступа: 31.01.2023.
3. Яровой ячмень [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://smekni.com/a/13885/yarovoju-yachmen//>. – Дата доступа: 01.02.2023.

УДК 657.6

ОЦЕНКА УРОВНЯ ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Анташкевич Ю. А. – студент

Научный руководитель – **Какора М. И.**

УО «Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий»

г. Могилев, Республика Беларусь

В научной литературе существуют различные методические подходы к определению уровня финансового потенциала организации, в основе которого лежат расчеты внутреннего потенциала предприятия и представление сведений о компонентах внутренней среды; формирование множества стратегических концепций и выбор стратегии развития [1, 2].

Методика определения уровня финансового потенциала организации включает следующие этапы:

1) Определение уровня финансового потенциала и его характеристика (таблица 1).

Таблица 1 – Характеристика уровней финансового потенциала предприятия

Уровень финансового потенциала	Характеристика
Высокий	Деятельность предприятия рентабельна, финансовое положение стабильное
Средний	Деятельность предприятия рентабельна, однако стабильность во многом зависит от изменений как во внутренней, так и во внешней среде
Низкий	Предприятие финансово нестабильно

2) Оценка финансового потенциала организации по финансовым показателям. На данном этапе осуществляется экспресс-анализ основных показателей, характеризующих ликвидность, платежеспособность и финансовую устойчивость предприятия.

Данный этап включает:

а) подготовительный, который предполагает разработку системы выбранных финансовых показателей и установление пороговых значений для оценки финансового потенциала с целью отнесения их к тому или иному уровню. Выбранная система показателей и их пороговые значения представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Оценка финансового потенциала организации по финансовым показателям

Наименование показателя	Высокий уровень	Средний уровень	Низкий уровень
Коэффициент финансовой независимости	0,5 и более	0,3-0,5	0,3 и менее
Коэффициент покрытия	2,0 и более	1,0-2,0	1,0 и менее
Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности	0,8 и менее	0,4-0,8	0,4 и менее
Степень платежеспособности по текущим обязательствам, мес.	4 и менее	4-6	6 и более
Рентабельность всех активов	0,1 и более	0,05-0,1	0,05 и менее
Рентабельность собственного капитала	0,5 и более	0,1-0,5	0,1 и менее
Эффективность использования активов для производства продукции	1,6 и более	1,0-1,6	1,0 и менее
Доля заемных средств в общей сумме источников	0,5 и менее	0,7-0,5	0,7 и более
Доля свободных от обязательств активов, находящихся в мобильной форме	0,26 и более	0,1-0,26	0,1 и менее
Доля накопленного капитала	0,1 и более	0,5-0,1	0,05 и менее

б) расчетный, включающий в себя расчет значений финансовых показателей и определение уровня финансового потенциала организации. На данном этапе рассчитываем показатели, приведенные в таблице 2. Затем сопоставляем полученные данные с выше указанной таблицей и анализируем уровень финансового потенциала организации. Итоговую оценку уровня финансового потенциала организации по финансовым показателям рекомендуется проводить экспертным путем. Для более глубокой оценки необходимо выполнить анализ за несколько лет и отследить динамику. Это позволит определить, каким показателям следует уделить больше внимания и, тем самым, поддержать или вывести финансовый потенциал на более высокий уровень.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мерзликина, Е. М. Оценка эффективности деятельности организации: монография / Е. М. Мерзликина. – Москва: МГУП, 2009. – 201 с.
2. Какора, М. И. Финансовый потенциал организации: сущность и подходы / М. И. Какора, Ю. А. Анташкевич // Научные междисциплинарные исследования в экономике, праве и

управлении [Электронный ресурс]: сборник научных трудов II Международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов / учреждение образования «БИП – Университет права и социально-информационных технологий»; редкол.: Бавыкина Е.Н. (председ.) [и др.]. – Могилев: БИП, 2022. – С. 90-91.

УДК 633.1+633.31.37(476)

СОСТОЯНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНОВЫХ И ЗЕРНОБОБОВЫХ КУЛЬТУР В ХОЗЯЙСТВАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Антухевич О. И. – студент

Научный руководитель – **Бутенко О. Л.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Рынок зерна занимает особое место среди всех стратегических жизненно важных рынков сельскохозяйственного сырья. Он является эталоном развития сельского хозяйства и включает в себя практически все элементы рыночных отношений.

Потребность Республики Беларусь в зерновых сельскохозяйственных растениях для обеспечения продовольственных нужд (хлебопечение, производство спирта и пивоварение) составляет 1,6 млн. т, семенной фонд с учетом страхового – 0,8 млн. т, потребность общественного животноводства (для производства 9,2 млн. т молока и 1,8 млн. т мяса скота и птицы) – 7,6 млн. т. Беларусь ежегодно производит свыше 7,5 млн. т зерна. При этом на душу населения приходится от 780 до 935 кг.

В Беларуси доля зерновых и зернобобовых культур в структуре посевных площадей составляет порядка 43,1 %. Под их посевами в 2021 г. было занято 2525 тыс. га. Больше всего посевов сосредоточено в Минской области – 21,4 %, далее – Брестская (16,2 %), Гомельская (15,4 %), Гродненская (14,4 %) и Могилевская области (по 14,3 %), меньше всего посевов в Витебской области (14 %).

Валовой сбор зерна в первую очередь формируется под влиянием посевных площадей и урожайности зерновых и зернобобовых культур (таблица).

Из данных таблицы видно, что за пятилетие посевные площади зерновых и зернобобовых культур в Республике Беларусь увеличились на 3,9 %. Прирост посевов наблюдается в сельскохозяйственных организациях (2,8 %) и крестьянских (фермерских) хозяйствах (73,7 %). В 2017 г, а также в 2020-2021 гг. максимальная урожайность присуща сельскохозяйственным организациям. В период 2018-2019 гг.

наибольшая урожайность получена в крестьянских (фермерских) хозяйствах. Во все годы хозяйства населения имеют минимальную урожайность зерновых и зернобобовых культур.

Таблица – Динамика валового сбора зерна и факторов его формирующих

Категория хозяйств	2017г.	2018г.	2019г.	2020г.	2021г.	2021 г. в % к 2017 г.
Площадь посева, тыс. га						
Сельскохозяйственные организации	2302,3	2220,5	2318,7	2378,5	2366,4	102,8
Крестьянские (фермерские) хозяйства	53,2	56,9	64,2	88,4	92,4	173,7
Хозяйства населения	74,8	71,2	70,2	67,5	66,2	88,5
Всего	2429,8	2348,6	2453,1	2534,4	2525,0	103,9
Урожайность, ц/га						
Сельскохозяйственные организации	33,3	26,8	30,4	35,1	29,9	89,8
Крестьянские (фермерские) хозяйства	32,2	27,1	32,1	34,4	29,0	90,1
Хозяйства населения	31,3	24,7	27,8	31,4	28,3	90,7
Всего	33,2	26,7	30,4	35,0	29,8	89,8
Валовой сбор зерна, тыс. т						
Сельскохозяйственные организации	7595,0	5826,2	6939,3	8263,7	6969,9	91,8
Крестьянские (фермерские) хозяйства	166,8	150,1	200,9	295,2	260,2	156,0
Хозяйства населения	231,4	174,2	192,7	210,8	187,2	80,9
Всего	7993,2	6150,5	7332,9	8769,7	7417,3	92,8

Примечание – Источник [1]

Таким образом, для Республики Беларусь зерно – важнейшее сырье для пищевой и технической промышленности. Зерновой подкомплекс является основой всего сельскохозяйственного производства.

Согласно Государственной программе «Аграрный бизнес» на 2021-2025 гг., объем производства по данному виду продукции необходимо увеличить до уровня 10 млн. т при средней урожайности 40 ц/га.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сельское хозяйство Республики Беларусь: статистический буклет/ Национальный статистический комитет Республики Беларусь [редколлегия И. В. Медведова и др.]. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2022. – 36 с.

УДК 631.155.2:658.8:633.1(476.6)

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНОВЫХ И ЗЕРНОБОБОВЫХ КУЛЬТУР В ХОЗЯЙСТВАХ ЗАПАДНОГО РЕГИОНА ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Антухевич О. И. – студент

Научный руководитель – **Бутенко О. Л.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Значение производства зерна определяется его особой ролью в формировании продовольственных ресурсов страны. Зерновые и зернобобовые культуры (пшеница, рожь, тритикале, ячмень, овес, кукуруза, гречиха) возделываются во всех районах Республики Беларусь в разных объемах и с разной эффективностью. За последние годы валовой сбор зерновых и зернобобовых культур в стране снизился на 7,2 % за счет уменьшения урожайности.

Таблица – Группировка сельскохозяйственных организаций Западного региона Гродненской области по уровню рентабельности реализации зерна

Показатели	Группы хозяйств			3 гр. в +/- к 1 гр.
	1	2	3	
	до 9,5 %	от 9,5 до 33,7 %	от 33,7	
Число сельскохозяйственных предприятий в группе	9	13	11	-
Среднее значение уровня рентабельности, %	1,1	20,1	44,9	+43,8 п. п.
Среднее значение урожайности, ц/га	36,4	45,6	53,2	+16,8
Среднее значение себестоимости производства 1 ц, руб.	33,9	31,9	27,2	-6,7
Среднее значение выхода продукции на 1 чел.-ч, ц	2,2	3,1	3,3	+1,1
Среднее значение уровня товарности, %	37,8	39,9	47,3	+9,5 п. п.
Среднее значение себестоимости реализации 1 ц, руб.	35,3	31,3	29,2	-6,1
Среднее значение цены реализации 1ц, руб.	35,7	37,6	42,3	+6,6
Средняя прибыль от 1 ц реализованной продукции, руб.	0,4	6,3	13,1	+12,7

Примечание – Источник: данные годовых отчетов предприятий Гродненской области, формы 7АПК и 9АПК

Согласно Государственной программе «Аграрный бизнес» на 2021-2025 гг., объем производства по данному виду продукции необходимо увеличить до уровня 10 млн. т при средней урожайности 40 ц/га.

Для определения наличия взаимосвязей и взаимозависимостей между отдельными показателями экономической эффективности производства зерновых и зернобобовых культур в ходе исследования была проведена группировка 33 хозяйств Гродненской области по уровню рентабельности за 2021г. Результаты группировки представлены в таблице.

Из данных таблицы видно, что наилучших результатов добиваются в тех предприятиях, где выше урожайность и производительность труда, меньше себестоимость единицы продукции. Здесь повышается интерес к культуре, уделяется должное внимание обновлению семенного фонда, внедрению передовых приемов возделывания, эффективной организации труда. Это ведет к повышению интенсивности производства, а соответственно к его удешевлению. Хозяйства, производящие качественную и относительно недорогую продукцию, имеют возможность также и реализовать ее с прибылью, обеспечив высокую рентабельность.

На основании анализа данных, можно сделать следующие выводы:

- анализ основных натуральных показателей, характеризующих производство зерновых и зернобобовых культур показывает, что на протяжении анализируемых лет сокращение объемов производства в основном связано со снижением урожайности культуры, что говорит о необходимости поиска путей ее роста при минимальных затратах;

- увеличение доходности от реализации зерна возможно лишь при экономически обоснованном снижении затрат в зерновом хозяйстве и повышении государственных закупочных цен;

- на экономическую эффективность производства зерна оказывают влияние многочисленные факторы, важнейшими из которых являются урожайность, трудоемкость, себестоимость единицы продукции, цена реализации и прибыль.

ЛИТЕРАТУРА

1. Государственная программа «Аграрный бизнес» на 2021-2025 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by>. – Дата доступа: 05.01.2023.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ СЕЛЕКЦИОННО-ПЛЕМЕННОЙ РАБОТЫ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Ашурко Н. В. – магистрант

Научный руководитель – **Киреенко Н. В.**

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
г. Гродно, Республика Беларусь

Обеспечение устойчивого развития и функционирования национального агропромышленного комплекса в контексте повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции и продовольственной безопасности выступает в качестве приоритетного направления государственной аграрной политики Республики Беларусь. Реализация указанной задачи в животноводстве предполагает повышение его эффективности на основе проведения селекционно-племенной работы, поддержания сбалансированного и динамичного развития отраслей сельского хозяйства, развития кормовой базы, что позволит гарантировать стабильные объемы производства продукции и высокую результативность животноводства [1].

Буяров С. В. отмечает, что для успешного развития животноводства и обеспечения дальнейшего значительного роста производства продукции отрасли необходимо постоянно совершенствовать организацию и технологию производства на животноводческих предприятиях. Важнейшая задача предприятий, специализирующихся на производстве животноводческой продукции, состоит в том, чтобы наряду с наращиванием объемов производства добиться дальнейшего увеличения продуктивности животных и качества продукции при снижении энергетических, топливных, кормовых, трудовых и других ресурсов. Для дальнейшего развития отрасли и выполнения намеченных планов особое внимание необходимо уделять инновационным подходам в использовании высокопродуктивных пород животных и качеству получаемой продукции [2].

Проблема повышения производственных показателей требует всестороннего подхода, основанного на опыте отечественных и зарубежных сельскохозяйственных предприятий.

На протяжении последних лет Беларусь постоянно входит в пятерку ведущих стран-экспортеров молочных продуктов в мире. Производство продукции животноводства – это процесс реализации генетического потенциала, создание которого ведется в молочном скотоводстве за счет отбора лучшего маточного поголовья [3].

Экономическая эффективность селекционно-племенной работы

зависит: от породного состава племенного ядра, ремонтного молодняка, полученного в результате отбора быков-производителей и подбора родительских пар; системы воспроизводства стада и ведения зоотехнического и племенного учета.

В Республике Беларусь достойный скот голштинской селекции, который необходимо совершенствовать за счет накопленного генетического материала, т. к. импортный скот и семяпродукция очень дорогие.

Главным элементом селекционно-племенной работы с крупным рогатым скотом молочного направления является применение только искусственного осеменения. При таком осеменении можно быть уверенным в ценности генетических качеств быков-производителей, от которых получен семенной материал.

Работа над высокопродуктивным стадом – сложный процесс и требует многолетних и кропотливых трудов. Создание такого стада требует существенных материальных вложений.

Горбатовский А. В., Сидунова Г. В. и Горбатовская О. Н. считают, что современная экономика предъявляет к АПК и животноводческой отрасли достаточно жесткие требования в отношении эффективности производства и качества продукции. Главными составляющими процесса дальнейшего развития сельскохозяйственного производства, инвестиционной привлекательности и материального стимулирования выступают финансовая результативность и конкурентоспособность [4].

Важнейшим направлением улучшения экономического и финансового состояния сельскохозяйственных предприятий является повышение эффективности производства молока. Это, главным образом, правильно организованное нормированное кормление, генетический потенциал и технология производства.

Налаженная работа в молочном скотоводстве является важной составляющей состояния продовольственной безопасности.

Таким образом, для достижения высоких экономических и производственных показателей в молочном животноводстве необходима четко отработанная и научно обоснованная система селекционно-племенной работы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальная агропродовольственная система Республики Беларусь: методология и практика конкурентоустойчивого развития /В. Г. Гусаков [и др.], ред. В. Г. Гусаков. –Минск: Ин-т систем. исслед. в АПК НАН Беларуси. – 2021. – С. 139-167.
2. Буяров, В. С. Экономико-технологический аспекты производства продукции животноводства и птицеводства / В. С. Буяров // Вестник аграрной науки. – Декабрь 2019 г. – № 6 (81). – С. 77-88.
3. Коробко, А. В. Молочная продуктивность коров различных линий в условиях КСУП «ДроздоАгро» / А. В. Коробко, О. А. Яцына, Е. Е. Соглаева // Проблемы и перспективы развития животноводства: материалы Международной практической конференции,

посвященной 85-летию биотехнологического факультета, Витебск, 31 октября-2 ноября 2018г. / ВГАВМ.; редкол.: Н. И. Габриченко [и др.]. – Витебск, 2018. – С. 140-142.
 4. Горбатовский, А. В. Конкурентоспособность продукции животноводства [Электронный ресурс] / А. В. Горбатовский, Г. В. Сидунова, О. Н. Горбатовская // Экономические опросы развития сельского хозяйства Беларуси. – 2015. – № 43. – С. 54-65. – Режим доступа: <https://econagro.bel.by/jour/article/view/146>. – Дата доступа: 10.10.2022.

УДК 349.41

СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЕ ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Балтынский В. А., Мучинская П. А. – студенты

Научный руководитель – **Коренная Н. П.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

В настоящее время обеспечение продовольственной безопасности является приоритетным направлением социально-экономической политики Республики Беларусь. Главным элементом ресурсного потенциала сельскохозяйственного производства является земля. Соответственно актуальной проблемой становится решение главного принципа экономической теории – принципа ограниченности ресурсов.

Земельный фонд Республики Беларусь на 01.01.2022 года составлял 20 762,8 тыс. га, из них 43 % (8176,2 тыс. га) занимают сельскохозяйственные земли [1]. Динамика использования сельскохозяйственных земель в зависимости от категории землепользователей имеет различную направленность (таблица).

Таблица – Распределение сельскохозяйственных земель по категориям землепользователей (тыс. га)

Годы	Общая площадь сельскохозяйственных земель	В т. ч.		
		сельскохозяйственных организаций	крестьянских (фермерских) хозяйств	в пользовании граждан
Сельскохозяйственные земли				
2018	8501,6	7433,0	180,1	782,1
2022	8176,2	7244,9	285,7	588,8
Пахотные земли				
2018	5727,3	4998,2	128,4	576,9
2022	5624,2	4966,2	198,6	445,4
Посевные площади				
2018	5736	5297	117	322
2022	5747	5298	185	264

Примечание – Источник [2]

Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод, что единственная категория землепользователей, у которых происходит положительная динамика использования сельскохозяйственных земель, – это крестьянские (фермерские) хозяйства (на 58 % выросло количество используемых сельскохозяйственных земель, в т. ч. на 54 % пахотных). Это связано в т. ч. с преобразованием граждан, имеющих земельные участки для личного подсобного хозяйства, в фермеров и соответственно переходом земель из категории в пользовании граждан (уменьшение на 25 %) в категорию: крестьянские (фермерские) хозяйства.

Однако основная масса сельскохозяйственных земель (87-88 %) находится в пользовании сельскохозяйственных организаций. Здесь происходит отрицательная динамика: вследствие различных причин, в т. ч. в результате нерационального использования земель, общие площади используемых сельскохозяйственных земель за последние 5 лет сократились на 4 %.

При этом происходит уменьшение площади пахотных земель (на 2 % за последние 5 лет) главным образом вследствие перевода пашни в другие виды земель в связи с уменьшением ее плодородия.

В связи с этим для сохранения площади посевных площадей происходит освоения новых территорий (посевные площади на 2 % превышают площади пахотных земель).

Таким образом, сохранение площади сельскохозяйственных земель и эффективность землепользования сельскохозяйственного производителя связана с оптимальным распределением земель по различным направлениям. Генеральным направлением остается максимальное сохранение сельскохозяйственных угодий и дальнейшее совершенствование их структуры, в т. ч. и при помощи передачи их в небольших количествах единичным пользователям (гражданам и фермерам). Однако в ряде случаев сельскохозяйственное использование земель оказывается нерациональным. Интересы гармоничного развития АПК требуют отвода все новых и новых земель под перерабатывающую промышленность, транспортное, жилищное строительство на рекреационные цели. В этих условиях важно свести к минимуму изъятие земель и по возможности обеспечить вовлечение в народнохозяйственный оборот ранее не использовавшихся территорий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Реестр земельных ресурсов Республики Беларусь на 01.01.2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://gki.gov.by/uploads/files/RZR_2022.doc. – Дата доступа: 04.02.2023.
2. Сельское хозяйство Республики Беларусь: статистический буклет / отв. за выпуск Е. А. Здрок. – Минск, Национальный стат. комитет Республики Беларусь, 2022. – 36 с.

УДК 637.1(476)

НАРОДНОХОЗЯЙСТВЕННОЕ ЗНАЧЕНИЕ МОЛОЧНОГО ПОДКОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Бледай В. И. – студент

Научный руководитель – **Гришанова О. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Молочный подкомплекс в Республике Беларусь – один из важнейших элементов АПК страны. Весомое значение молочного подкомплекса обусловлено высокой ценностью его конечной продукции в структуре питания населения. По пищевым ценностям молоко занимает лидирующую строку среди всех животноводческих продуктов. По научно обоснованным нормам потребления молока и молочных продуктов потребляется 405 кг на душу населения в год, из них молока – 128 кг, творога – 9 кг, сыра – 7 кг и т. д.

Молочное скотоводство дает свыше 25 % валовой продукции сельского хозяйства страны. В структуре товарной продукции животноводства предприятий на долю молочного скотоводства приходится свыше 15 %. В этой отрасли сконцентрировано 20 % основных производственных фондов сельскохозяйственного назначения и 1/3 фондов животноводства, соответственно 33 % и 50 % трудовых ресурсов. Дойное стадо потребляет около 36 % всех кормов, расходуемых в животноводстве, в т. ч. 24 % – концентрированных [2].

Молочное скотоводство развивается в большинстве сельскохозяйственных организаций Республики Беларуси (более 90 % от общего количества), определяет специализацию производства, а во многих интенсивных хозяйствах и уровень экономического развития. Этому способствуют благоприятные природно-климатические условия, значительные площади луговых угодий, развитое травосеяние в севообороте, поэтому молочная отрасль в Республике Беларусь играет значимую роль для АПК и ее экономики в целом.

Данная отрасль является ведущей в области экспорта за рубеж, и привлекает к себе больше инвестиций в сравнении с другими отраслями АПК.

Переработкой молока в стране занимаются 51 предприятие. В числе наиболее известных: ОАО «Савушкин продукт», ОАО «Бабушкина крынка», ОАО «Минский молочный завод № 1», ОАО «Беллакт», ОАО «Здравушка-милк», РПУП «Молочный гостинец», ОАО «Милка-вита», ОАО «Березовский сыродельный комбинат». Несколько лет назад в отрасль вошел российско-французский гигант Группа компаний Danon.

Потребность внутреннего рынка в молочной продукции составляет около 4,5 млн. т и полностью обеспечивается отечественными производителями. Республика Беларусь производит 1,4 % мировых объемов молока, а в экспорте молокопродуктов занимает 5 % мирового экспорта.

На текущий момент в стране действует и реализуется Республиканская программа развития аграрного бизнеса на 2021-2025 гг. Согласно данной программе, планируется:

- увеличение к 2025 г. объемов производства продукции животноводства в хозяйствах всех категорий на 13,8 % к уровню 2020 г.
- достижение объемов производства молока к 2025 г. на уровне не менее 9200 тыс. т.
- увеличение объемов производства сыров на 21,2 %, масла животного на 9,4 %, цельномолочной продукции на 17,6 %, сухого обезжиренного молока на 6,9 %, сухой молочной сыворотки на 16,7 %.
- улучшение качества продукции и расширению возможностей экспорта, повышению конкурентоспособности и рентабельности продукции [1].

Обобщая все вышеописанное, стоит заключить, что молочный подкомплекс страны имеет положительную динамику развития.

Молочный подкомплекс – достаточно сложная организационно-экономическая система взаимосвязанных производств и подотраслей сельского хозяйства, перерабатывающей промышленности, торговли и обслуживающих отраслей, объединяющим признаком которых является единый конечный продукт – молоко и молочные продукты.

ЛИТЕРАТУРА

1. Государственная программа «Аграрный бизнес» на 2021-2025 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// www.economy.gov.by](http://www.economy.gov.by). –Дата доступа: 09.01.2023.
2. Сельское хозяйство Республики Беларусь: статистический сборник/ Национальный статистический комитет Республики Беларусь; [редколлегия: И. В. Медведева и др.]. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2021. – 179 с.

УДК 637.1(476+100)

ПРОИЗВОДСТВО МОЛОКА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И МИРЕ

Бледай В. И. – студент

Научный руководитель – **Гришанова О. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Развитие молочного скотоводства характеризуется размером поголовья коров, продуктивностью животных и валовым производством молока.

Рассмотрим динамику основных показателей производства молока в Республике Беларусь. Данные для анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные показатели производства молока в Республике Беларусь [2]

Показатели	Годы					
	2005	2010	2015	2019	2020	2021
Поголовье крупного рогатого скота, тыс. гол.	3980	4151	4356	4295	4292	4236
в т. ч. коров, тыс. гол.	1565	1478	1512	1495	1485	1459
Удой молока на 1 корову, кг	2154	3685	4722	5005	5268	5362
Произведено молока, тыс. т	5676	6624	7047	7394	7765	7822
Производство молока на душу населения, кг	587	699	745	785	828	841

Исходя из данных таблицы 1, видно, что поголовье крупного рогатого скота в период 2005-2021 гг. незначительно варьирует и составило 4236 тыс. гол. в 2021 г. Удой молока на 1 корову увеличился с 2154 кг в 2005 г. до 5362 кг в 2021 г. За счет увеличения продуктивности коров валовой выход молока увеличился на 37,8 % и составил 7822 тыс. т. Производство молока на душу населения составило 841 кг в 2021 г., что выше уровня 2005 г. на 43,3 %.

Согласно исследованиям Министерства сельского хозяйства США, Республика Беларусь занимает 13 место в списке стран-производителей коровьего молока.

Топ производителей коровьего молока можно проанализировать на основании данных таблицы 2.

Таблица 2 – Производство коровьего молока в мире в 2017-2021 гг., млн. т [1]

Страна	Годы				
	2017	2018	2019	2020	2021
Страны ЕС	140,9	142,3	143,1	145,4	145,7
Индия	83,6	89,8	92,0	93,8	96,0
Китай	30,4	30,8	32,0	34,4	34,6
Россия	30,0	30,4	31,2	32,0	32,0
Бразилия	23,6	23,8	24,3	25,0	24,9
Новая Зеландия	21,5	22,2	21,9	22,0	22,2
Великобритания	15,2	15,2	15,4	15,5	15,5
Мексика	12,1	12,4	12,65	12,8	12,9
Аргентина	10,1	10,8	10,64	11,5	11,9
Канада	9,7	9,9	9,9	10,0	10,2
Австралия	9,5	9,5	8,8	9,1	9,0
Украина	10,3	10,1	9,7	9,3	8,8
Беларусь	7,3	7,4	7,4	7,8	7,8
Япония	7,3	7,3	7,3	7,4	7,5
Северная Корея	2,1	2,0	2,0	2,1	2,0

Исходя из данных таблиц 2, видно, что лидирующей страной по производству молока является Индия, которая произвела 96 млн. т в 2021 г. Китай, располагающийся следующим в списке стран-лидеров по производству молока, произвел 34,6 млн. т, что ниже уровня Индии на 64 %.

Третье и четвертое место среди стран лидеров по производству молока занимают Россия и Бразилия, которые произвели 32,0 млн. т и 24,9 млн. т молока соответственно.

Таким образом, можно сделать вывод, что Республика Беларусь имеет значительную долю в мировом производстве молока. Отрасль в стране находится на высоком уровне развития, о чем свидетельствует рост среднегодового удоя и валового производства продукции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Молочные продукты: мировые рынки и торговля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://usda.library.cornell.edu/concern/publications/5t34sj56t?locale=en>. – Дата доступа: 23.01.2023 г.
2. Сельское хозяйство Республики Беларусь: статистический сборник/ Национальный статистический комитет Республики Беларусь; [редколлегия: И. В. Медведева и др.]. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2021. – 179 с.

УДК 339.1:663.541

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ МИРОВОГО РЫНКА САХАРА

Богдан Н. Г. – магистрант,

Ошмяна Е. С. – студент

Научный руководитель – **Козлов А. А.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Сырьевым источником для производства сахара в мире традиционно являются две основные культуры: сахарная свекла, культивируемая в умеренном климате, и сахарный тростник – растение тропических широт. Посевные площади сахарной свеклы в основном сконцентрированы в развитых странах, для которых характерен относительный дефицит сельскохозяйственных земель и высокая степень интенсификации производственных процессов. Сравнивая средние потенциальные урожайности и сахаристости культур, следует отметить, что выход сахара с единицы площади у сахарной свеклы выше – 12-16 т/га против 8-10 т/га у тростника. Несмотря на указанное технологическое преимущество, объемы производства и переработки тростникового сырья постоянно увеличиваются: если в середине прошлого столетия соотношение свекловичного и тростникового сахара на мировом рынке составляло 2 : 3,

то далее удельный вес второго продукта постепенно возрастал, в настоящее время его доля приближена к 80 %.

Мировое производство сахара в последние пять лет составляет 166-194 млн. т, испытывая определенные колебания в зависимости от величины урожаев в крупнейших сырьевых регионах.

Основными производителями сладкого продукта из тростника выступают Бразилия (29,5-42,5 млн. т в год), Индия (8,9-34,7 млн. т) и Тайланд (7,8-10,8 млн. т). Активно в последние годы наращивают объемы тростникового сахара Пакистан (5,3-7,2 млн. т) и Мексика (5,6-6,8 млн. т) [1].

Сахарную свеклу выращивают более чем в 50-ти странах с умеренным климатом. 34 страны Европы, США, Канада, Египет, Марокко, Тунис, Индия, Китай, Япония, Грузия, Казахстан, Киргизия и ряд других стран Азии. Мировыми лидерами по производству свекловичного сахара, специализирующимися только на указанном продукте, являются ЕС с объемом в 15,4-19,5 млн. т и Российская Федерация (5,6-7,8 млн. т).

Кроме того, Китай и США, в силу уникального географического расположения, одновременно выращивают обе основные сахараносные культуры, что делает их менее зависимыми от погодных условий того или иного года, и производят 10,3-10,8 млн. т и 7,4-8,4 тыс. т сладкого продукта соответственно.

Мировым лидером по уровню потребления сахара в настоящее время являются Индия (29,0 млн. т), ЕС (17,0 млн. т), Китай (15,5 млн. т), США (11,3 млн. т) и Бразилия (9,8 млн. т). Данный факт, прежде всего, объясняется значительной численностью населения стран, а также относительно высокой покупательской способностью населения [2].

Анализируя фактическое потребление сахара в расчете на душу населения в разрезе регионов, можно отметить лидерство Южной Америки – 41,8 кг/чел./год, при прогнозном уровне к концу текущей пятилетки – 50,5 кг/чел./год. В среднем по миру указанный показатель увеличится с 22,6 до 26,7 кг/чел./год, или на 18,1 %. При этом страны Африки и Азии, несмотря на темпы роста в 119,0-125,3 %, не достигнут среднемирового значения. Так, уровень потребления сахара в Азии возрастет с 18,2 до 22,8 кг/чел./год, а в Африке – с 15,3 до 18,2 кг/чел./год. В странах Океании, Северной Америки и Европы среднее потребление сахара к 2025 г. составит 34,5-38,7 кг/чел./год [3].

Индонезия и Китай в настоящее время являются крупнейшими импортерами сахара в мире с потенциалом рынка в 5,3 и 4,7 млн. т соответственно. Основными покупателями на глобальном рынке также являются США (2,3 млн. т) и Япония (1,0 млн. т).

Экспорт сахара в 2021 г. принес производителям Бразилии доход в

5,95 млрд. долл. США (53,2 % от общего объема рынка), Индии – в 1,34 млрд. долл. США (12,0 %), Австралии – 1,12 млрд. долл. США (10,0 %), Тайланда – 577 млн. долл. США (5,1 %), Мексики – 399 млн. долл. США (3,6 %) [4].

Отметим, что мировой рынок сахара характеризуется относительным профицитом сахара и ростом запасов, несмотря на растущее потребление этого продукта в мире. Колебания в производстве сахара зависят от двух основных факторов: климатических условий на территориях выращивания сахароносных культур в конкретном году и конкурентоспособности этих культур на мировом рынке, обусловленных ценами на сахар.

ЛИТЕРАТУРА

1. Крупнейшие производители сахара в мире: страны и компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://beststocks.ru/journal/krupnejshie-proizvoditeli-sahara-v-mire-strany-i-kompanii/>. – Дата доступа: 03.01.2023.
2. Производство сахара в мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/495973/sugar-production-worldwide/>. – Дата доступа: 03.01.2023.
3. Обзор мирового рынка сахара [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sugar.ru/node/35540>. – Дата доступа: 03.01.2023.
4. Сахар: экспорт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tridge.com/intelligences/sugar/export>. – Дата доступа: 03.01.2023.

УДК 663.541(476.6)

СВЕКЛОСАХАРНЫЙ ПОДКОМПЛЕКС РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Богдан Н. Г. – магистрант,

Ошмяна Е. С. – студент

Научный руководитель – **Козлов А. А.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Потребление сахара в Республике Беларусь в настоящее время составляет 36,9-39,9 кг/чел./год, что превышает медицинскую норму в 33,0 кг/чел./год на 12-21 % [1, 2]. Согласно Доктрине национальной продовольственной безопасности, критический объем производства указанного вида продукции для страны составляет 310 тыс. т, оптимистический (с учетом экспортного потенциала) – 640 тыс. т. Государственная программа «Аграрный бизнес» на 2021-2025 гг. устанавливает ориентиры производства корнеплодов сахарной свеклы к концу пятилетки в

5 млн. т, что при посевных площадях в 93 тыс. га, урожайности 526 ц/га и сахаристости 17 % позволит произвести 620 тыс. т сахара, из которых 239 тыс. т для обеспечения экспортных поставок [3].

Как показывают данные приведенного рисунка, в последнее десятилетие при загрузке производственных мощностей свеклоперерабатывающих комбинатов на 98,3-99,9 % наблюдается относительно стабильная тенденция сокращения объемов производства и экспорта сахара до уровня ниже плановых значений [4, 5]. Следует отметить, что на фоне уменьшения объемов экспорта снижается количество ввозимой в страну продукции: 2019 г. – 79,6 тыс. т, 2020 г. – 38,8 тыс. т, 2021 г. – 2,4 тыс. т.

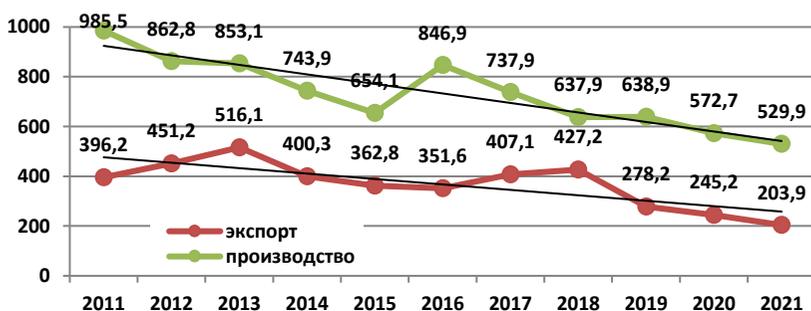


Рисунок – Динамика производства и объемов экспорта сахара в Республике Беларусь за 2011-2021 гг., тыс. т

Сокращение экспорта к 2021 г. обусловлено как снижением объемов производства (из-за уменьшения валовых сборов сахарной свеклы в сельскохозяйственных организациях до 3,906-3,801 млн. т в 2020-2021 гг.), так и сокращением географии поставок из-за введенных санкций (30 стран в 2020 г. против 14 в 2021 г.) [6, 7]. По итогам последнего анализируемого года 54,5 % экспорта отечественного сахара приходилось на Российскую Федерацию (111,2 тыс. т), 18,9 % – на Казахстан (38,4 тыс. т) и, что внушает оптимизм, – Китай (14,7 %; 30,0 тыс. т) с ростом на треть к уровню 2020 г.

По итогам 2020-2022 гг. план по производству сырья свекловодами страны выполнен на 77,4-84,5 % (таблица). В последние три года критическая ситуация отмечается в Минской области, на которую по прогнозам должно приходиться 41,2 % валового производства анализируемой культуры.

Таблица – Выполнения плана производства сахарной свеклы в 2020-2022 гг.

Регион	Программ-ный план	Валовой сбор, тыс. т			% выполнения плана		
		2020 г.	2021 г.	2022 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Республика	5000	4011	3871	4227	80,2	77,4	84,5
Брестская	900	732	905	1001	81,4	100,6	111,2
Гродненская	1610	1331	1400	1554	82,7	87,0	96,5
Минская	2060	1555	1273	1317	75,5	61,8	63,9
Могилевская	430	393	286	327	91,3	66,5	76,0

Отрицательное отклонение фактических объемов производства в 2020-2021 гг. в Гродненской области от плановых 1610 тыс. т (32,3 % от республиканского объема) в основном обусловлено сокращением площадей под сахарной свеклой на 22,9-25,3 % к уровню 2017-2019 гг., которое не компенсировалось должной прибавкой урожайности. В 2022 г. при средней продуктивности посевов в 567 ц/га даже при площади 27,1 тыс. га (-18,5 % к 2017-2019 гг.) регион практически выполнил производственное задание (96,5 %). Для выполнения плановых поставок сырья переработчикам в условиях 2020-2021 гг. средняя урожайность должна была составить 622-641 ц/га вместо полученных 514-559 ц/га.

Таким образом, для достижения программных показателей при сохранении фактических площадей в 2023 г. производителям региона следует обратить максимальное внимание на технологические аспекты вздвельвания культуры, максимально используя передовой опыт Гродненского, Щучинского и Вороновского районов, где в 2022 г. получен урожай в 16,81-22,45 ц/балло-га. Следует отметить, что в хозяйствах Ивьевского, Сморгонского, Лидского, Кореличского и Дятловского районов указанный показатель по итогам прошлого года составлял 9,94-12,45 ц/балло-га.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балансы продовольственных ресурсов Республики Беларусь 2017-2021: статистический бюллетень. – Минск: Национальный статистический комитет РБ, 2022. – С. 5.
2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15 декабря 2017 г. № 962 «О Доктрине национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь до 2030 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: МСХиП РБ <https://mshp.gov.by/documents/plant/dceea377014340f4.html>. – Дата доступа: 03.01.2023.
3. Постановление Совета министров Республики Беларусь от 1 февраля 2021 г. № 59 «О Государственной программе «Аграрный бизнес» на 2021-2025 годы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Национальный правовой Интернет-портал РБ <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100059>. – Дата доступа: 03.01.2023.
4. Промышленность Республики Беларусь: статистический буклет. – Минск: Национальный статистический комитет РБ, 2022. – С. 25.
5. Белоруссия: Экспорт и импорт белого сахара за январь – декабрь 2021 года (ФТС) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sugar.ru/node/38744>. – Дата доступа: 03.01.2023.
6. Сельское хозяйство Республики Беларусь: статистический буклет. – Минск: Национальный статистический комитет РБ, 2022. – С. 22.

УДК 330.341

КЛАСТЕРИЗАЦИЯ В АПК БЕЛАРУСИ

Бондарович В. Д., Дылюк Е. В. – студенты

Научный руководитель – **Коренная Н. П.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

В качестве одного из перспективных направлений инновационного развития Республики Беларусь выступает широкое распространение в нашей стране такой формы интеграции науки, образования и производства, как кластеры, в т. ч. и в сфере АПК.

Положения о внедрении кластерной модели развития в практику хозяйствования и управления отражены в ключевых документах стратегического планирования: Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь до 2035 года, Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021-2025 годы, Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2021-2025 годы, где дано понятие кластера как группы технологически интегрированных организаций, формирующих единую цепочку создания добавленной стоимости, координирующих свою деятельность на рынке и характеризующихся общностью коммерческих интересов, сосредоточенных на определенной территории, взаимодействие которых усиливает их конкурентные преимущества на отраслевом, национальном и мировом рынках.

Основным документом, регламентирующим процесс создания кластеров, является Концепция формирования и развития инновационно-промышленных кластеров в Республике Беларусь, утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 16.01.2014 года № 27, в которой обозначены правовые основания для поддержки в подготовке и реализации кластерных инициатив различных групп субъектов хозяйствования, заинтересованных в формировании кластеров. Механизм создания кластеров определяется также статьями Гражданского кодекса Республики Беларусь об ассоциациях (союзах) и о договоре простого товарищества. Государственная финансовая поддержка осуществляется в рамках Указа Президента Республики Беларусь «О порядке формирования и использования средств инновационных фондов».

На сегодняшний день в Республике Беларусь существуют 8

действующих, 6 формирующихся и 18 потенциальных кластеров, из них только 2 в сфере АПК [1].

Исходя из вышеуказанных правовых актов, формирование агропромышленного кластера может осуществляться на следующих этапах [2]:

На первом (подготовительном) этапе – профильные предприятия, организации и производства объединяются в некоммерческое партнерство (ассоциацию), для руководства которой создается координационный совет. На данном этапе выделяются ядро кластера (в него входят отрасли или структуры, наиболее значимые в организационном или производственном плане) и его тело (сервисные и иные вспомогательные подразделения).

На втором этапе (аналитическом) приоритет должен быть отдан созданию экономического механизма, осуществляемому с учетом важнейших административных, организационных и правовых аспектов функционирования кластера и его участников.

Третий этап создания кластера (организационно-экономический) предполагает установление масштабов совместной деятельности участников агропромышленного кластера в регионе, определение и утверждение функций отдельных структур, обоснование концепции развития партнерства.

На четвертом этапе обосновывается методика определения уровня эффективности его деятельности, осуществляется активное продвижение производимой в рамках кластера продукции на более перспективные рынки сбыта, создаются новые брэнды, определяются степень устойчивости функционирования объединения, близость массы его участников к критической, максимальная доля членов ассоциации на рынках.

Таким образом, с целью более четкого подхода к созданию кластеров целесообразно принятие единого документа в форме закона о кластерах, который даст четкое определение кластера, деление его участников на основных и дополнительных с указанием их функциональных возможностей в деятельности кластера, положение о возможных льготах, преференциях, которые будут предоставлены участникам кластера, а также о возможностях входа и выхода из кластера, участия в множестве кластеров.

ЛИТЕРАТУРА

1. Министерство экономики Республики Беларусь / Государственная кластерная политика Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://economy.gov.by/ru/karta_klasterov-ru/. – Дата доступа: 7.02.2023.
2. Соколовская, Е. Особенности кластерного развития АПК в условиях инновационной экономики / Е. Соколовская, С. Радченко. – Аграрная экономика. – 2020; (7). – С. 30-35.

УДК 633.2/4.003 (476)

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ КОРМОПРОИЗВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Боричевская К. С. – студент

Научный руководитель – **Минина Н. Н.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Задача кормопроизводства в обобщенном виде – реализация комплекса организационно-хозяйственных и агротехнических мероприятий, применяемых для создания стабильной кормовой базы за счет выращивания урожаев кормовых растений на пашне и естественных кормовых угодьях. Интенсификации продукции животноводства без прогресса кормопроизводства невозможна. Кормопроизводство – это научно обоснованная система организационно-хозяйственных и технологических мероприятий по производству, переработке и хранению кормов, выращиваемых на пахотных и луговых землях.

Цель исследований – охарактеризовать современное состояние кормопроизводства в Республике Беларусь.

Использованы данные Национального статистического комитета Республики Беларусь, общенаучные и частные методы исследований.

В зависимости от природных условий, агротехнических сроков, видового состава трав и имеющихся машин выбирают технологию уборки трав и комплекс машин. Последний обеспечивает поточное выполнение всех операций технологического процесса. При условии своевременной и быстрой уборки многолетние бобовые травы и их смеси с многолетними злаковыми травами дают высокопитательные корма. Для их заготовки по различным технологиям имеется соответствующая кормоуборочная техника. Кошение многолетних трав в республике осуществляется 5651 косилка. По областям техника распределена приблизительно равномерно (Брестская – 17,8 %, Витебская – 18,1 %, Гомельская – 11,2 %, Гродненская – 15,2 %, Минская – 24,2 %, Могилевская – 13,1 %), что по планам позволяет провести технологическую операцию длительностью от 9 до 10 дней. В Могилевской области эти сроки увеличиваются до 16 дней, поскольку имеется только 744 косилки. В 2021 г. техническая возможность кошения косилками с захватом 3 м и более в день составила 123,7 тыс. га, а подбора сенажной массы в день – 804,8 тыс. т. Подбор массы осуществляли 3888 ед. техники (КВК-8060, КВК-800, К-Г-6, импортная техника).

В республике для заготовки кормов в полимерные материалы насчитывается 745 комбинированных пресс-подборщиков для

одновременной обмотки рулонов сеткой и пленкой. Часть кормов в республике заготавливается по технологии с упаковкой в пленку. На 1 декабря 2021 г. в республике было заготовлено 13 461,8 тыс. т к. ед. кормов, что составляет 93,3 % к соответствующей дате предыдущего года (таблица 1).

Таблица 1 – Заготовка кормов в пересчете на кормовые единицы на 1 декабря, тыс. т

Регион	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2021 г. в % к 2019 г.
Республика Беларусь – всего	12 363,8	14 434,2	13 461,8	108,9
Брестская область	2668,6	3215,1	3194,4	119,7
Витебская область	1341,8	1572,8	1255,1	93,5
Гомельская область	1657,9	1896,8	1798,5	108,5
Гродненская область	2292,8	2672,1	2637,1	115,0
Минская область	2990,9	3422,5	3160,0	105,7
Могилевская область	1411,7	1654,9	1416,7	100,4

В расчете на условную голову скота для общественного поголовья предусмотрено 32,9 ц к. ед., или 95,1 % к соответствующему периоду прошлого года (таблица 2).

Таблица 2 – Заготовка кормов в пересчете на условную голову скота на 1 декабря, ц к. ед.

Регион	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2021 г. в % к 2019 г.
Республика Беларусь – всего	28,7	34,7	32,9	114,6
Брестская область	31,2	38,0	37,6	120,5
Витебская область	24,5	26,8	23,8	97,1
Гомельская область	23,7	27,6	30,6	129,1
Гродненская область	35,4	40,1	41,3	116,7
Минская область	29,7	40,0	33,0	111,1
Могилевская область	25,4	29,9	26,4	103,9

Таким образом, способы заготовки кормов из трав, рекомендуемые сельскохозяйственным производителям республики, требуют соответствующего технического обеспечения. Один из ресурсов снижения затрат на производство кормов – выбор оптимальных технологий и технических средств, позволяющих в заданные агротехнические сроки и с минимальными эксплуатационными затратами выполнить запланированные работы по заготовке кормов. Эффективность организации собственного производства качественных кормов, создание прочной и устойчивой кормовой базы, гарантирующей обеспечение полноценных рационов для различных видов животных с учетом их потенциальной продуктивности, выступают необходимыми условиями эффективного и сбалансированного развития данных отраслей.

ОРГАНИЗАЦИЯ КОРМОПРОИЗВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Боричевская К. С. – студент

Научный руководитель – **Минина Н. Н.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Устойчивое и эффективное развитие кормопроизводства всецело зависит от уровня его организации, применения высокотехнологичных процессов производства кормов для обеспечения животноводства полноценными энергоемкими рационами.

Цель исследований – охарактеризовать организацию кормопроизводства в Республике Беларусь.

Использованы работы отечественных ученых, общенаучные и частные методы исследований.

Важным источником кормов в аграрных предприятиях является полевое и луговое кормопроизводство. Организация полевого кормопроизводства включает следующие мероприятия.

1. Определение оптимального вида и объема производства кормов на пашне, отвечающих типу кормления животных, исходя из общей потребности животноводства в кормах с учетом возможного их поступления из других источников.

2. Выбор наиболее урожайных и эффективных культур, отвечающих типу кормления животных по следующим показателям: выход к. ед. с 1 га, ц; выход переваримого протеина с 1 га, кг; себестоимость 1 ц к. ед., руб.; затраты труда в расчете на 1 ц к. ед., чел.-ч; выход с 1 га условных кормопротеиновых единиц, ц/га.

3. Установление оптимальной структуры посевных площадей и реальной плановой урожайности кормовых культур. Для сбалансированности рациона кормления по белку и улучшения плодородия почвы необходимо на 100 га зерновых колосовых иметь 15-16 га бобовых (клевера, люцерны, сераделлы).

4. Организация и размещение севооборотов по территории хозяйства. Размещать кормовые севообороты по территории хозяйства необходимо вблизи ферм и животноводческих комплексов [1]. Повышению интенсивности полевого кормопроизводства способствуют промежуточные посевы, что позволяет получать с 1 га пашни 85-90 ц к. ед.

5. Разработка и освоение технологий получения гарантированных урожаев кормовых культур. Получению качественных кормов при минимальных затратах труда и средств способствуют прогрессивные

способы уборки, хранения, скармливания. Широкое применение получают такие способы, как приготовление сенажа, сенной муки, моноорма, сушка сена путем активного вентилирования с последующим прессованием [2].

6. Внедрение прогрессивных форм организации труда и эффективных систем его стимулирования.

7. Организация семеноводства кормовых культур [1].

Во многих хозяйствах растут объемы заготовок прессованного сена, которое имеет ряд преимуществ по сравнению с рассыпным: его удобно транспортировать, хранить, учитывать и раздавать скоту. При его заготовке сокращается ряд операций, повышается производительность труда более чем в 1,5 раза, снижается себестоимость на 15-20 %, а потери сухого вещества уменьшаются с 10 до 2 % по сравнению с производством рассыпного сена.

Основные причины снижения продуктивности кормовых земель – недостатки в организации территории, бессистемные сенокосения и выпас, перегрузка пастбищ скотом. Большие потери несут хозяйства из-за несвоевременной уборки кормовых культур, при транспортировке к местам хранения или переработке, раздаче животным. Потери питательных веществ происходят при производстве и хранении силоса, из-за несоблюдения технологии и сроков закладки силосуемой массы, недостаточного ее укрытия и т. д. [2].

Не меньшее значение имеет повышение эффективности использования кормов. Можно применять разнообразные способы переработки и подготовки кормов к скармливанию: измельчение, запаривание, дрожжевание, кальцинирование, приготовление различных смесей и др. Исходя из конкретных условий, хозяйства должны выбрать более доступные и дешевые способы подготовки кормов.

Таким образом, организация кормопроизводства включает определение оптимального вида и объема производства кормов, выбор наиболее урожайных и эффективных культур, отвечающих типу кормления животных, установление оптимальной структуры посевных площадей, организация и размещение севооборотов, разработка технологий, внедрение прогрессивных форм организации и стимулирования труда, организация семеноводства кормовых культур и др.

ЛИТЕРАТУРА

1. Радюк, В. И. Организация сельскохозяйственного производства. Курс лекций: учебно-методич. пособие / В. И. Радюк. – Горки: БГСХА, 2019. – 203 с.
2. Тетеринец, Т. А. Экономика и управление предприятий (организаций) АПК: ресурсы, резервы, развитие: учебно-методич. пособие / Т. А. Тетеринец. – Минск: БГАТУ, 2019. – 736 с.

КОММУНИКАЦИИ КАК СИСТЕМООБРАЗУЮЩИЙ МЕХАНИЗМ МЕНЕДЖМЕНТА В ОРГАНИЗАЦИЯХ АПК

Бульчик А. С. – студент

Научный руководитель – **Данильчик О. В.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

В связи с условиями неопределенности и турбулентности внешней среды, от руководства хозяйствующих субъектов требуется принятие наиболее эффективных управленческих решений.

Для анализа указанных проблем применялись методы синтеза, дедукции, индукции, а также иные способы аналитической обработки информации и изложения полученных результатов.

Коммуникация – многоплановое понятие, обозначающее системы, повседневно обеспечивающие единство и преемственность человеческой деятельности [3].

Коммуникации относятся к стратегической ресурсной базе, обладающей высокой значимостью для устойчивого существования, и проявляют свое целевое назначение как механизм взаимодействия всех видов организационной деятельности [2].

Организационные коммуникации служат важным инструментом в координации деятельности структурных подразделений организации, что позволяет выделить четыре их главные функции:

1. Контроль – с помощью коммуникации происходит контроль поведения работников. В организации существует определенная иерархия и вместе с тем формальная соподчиненность, которой работники должны следовать.

2. Мотивация. Организационная коммуникация развивает мотивацию, доводя до работников организации информацию о возможностях улучшения работы, показателей и т. д.

3. Эмоциональное выражение. Коммуникация, осуществляющаяся в организации, является механизмом, с помощью которого люди выражают свои мысли по поводу происходящего.

4. Функция передачи информации. Она позволяет получать сведения, необходимые личностям и группам для принятия решений, используя информацию для идентификации и оценки альтернативных решений [1].

Наиболее широко коммуникации, применяемые в управлении организацией, можно разделить на внешние и внутренние:

1. Внешние коммуникации – это коммуникации между

организацией и внешней средой.

2. Внутренние коммуникации представляют собой непосредственно коммуникации внутри организации между различными уровнями и подразделениями.

Традиционно внутренние коммуникации по степени субординации дифференцируют на вертикальные и горизонтальные, по степени формализации – на формальные и неформальные, по количеству участников взаимодействия – на межгрупповые, внутригрупповые и межличностные.

Идеальная модель коммуникаций внутри организации заключается в том, что все решения руководства должны доводиться до подчиненных, а сами решения должны базироваться на тех потоках информации, которые поступают от различных структурных подразделений при условии налаженных, оперативных и эффективных вертикальных коммуникационных связей [4].

Барьеры коммуникации являются наиболее распространенными причинами конфликтов в организациях – при их наличии работники могут испытывать напряжение в профессиональных отношениях и эмоциональный стресс. В этой связи ценность коммуникаций в менеджменте особенно возрастает в условиях кризиса, с которым сталкиваются многие предприятия: из-за отсутствия достоверной информации о реальной ситуации в организации.

Ценность коммуникаций в управлении современными компаниями привела к выделению в отдельное направление коммуникационного менеджмента, характеризуемого как управление для обеспечения согласованности действий, в центре которого находится информационное взаимодействие, мотивирующие и ценностные элементы для сотрудников.

Эффективный коммуникационный менеджмент становится необходимым условием развития организации, поскольку одним из факторов достижения высокой результативности является грамотно выстроенная коммуникация.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аширбагина, Н. Л. Коммуникация как одна из основных сложностей менеджмента / Н. Л. Аширбагина, В. А. Шульгин // От синергии знаний к синергии бизнеса. Сборник статей и тезисов докладов IV МНПК. – 2017. – С. 318-321.
2. Глухова, В.Л. Управление коммуникационными процессами в организации / В. Л. Глухова, Я. М. Борисенко // Развитие современной науки: теоретические и прикладные аспекты. Сборник статей. – 2017. – С. 37-39.
3. Гусев, М. А. Теория коммуникации: методологические подходы, генезис и развитие понятия / М. А. Гусев // Actualscience. – 2017. – Т. 3. – № 3. – С. 90-93.
4. Емельянов, С. М. Коммуникационный менеджмент. Учебное пособие / С. М. Емельянов, А. В. Пряхина. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. – 90 с.

ЗНАЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В РАЗВИТИИ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК

Василюк В. В. – студент

Научный руководитель – **Маркусенко Н. М.**

УО «Белорусский государственный экономический университет»

г. Минск, Республика Беларусь

Стратегическое планирование является важнейшим средством достижения главной цели любого субъекта хозяйствования, поэтому необходимость стратегического планирования в условиях нарастания неустойчивости мирохозяйственных связей приобретает особое значение.

Агропромышленный комплекс является системообразующим формированием в Республике Беларусь, где сосредоточена значительная часть материальных и трудовых ресурсов. На конец 2021 г. списочная численность работников, занятых в сельском хозяйстве, составила 259,4 тыс. человек, или 7,1 % от общей численности населения, стоимость основных средств достигла 37 210 млн. руб. Успешное развитие белорусского АПК позволило не только обеспечить достижение продовольственной независимости страны, но и значительную часть продовольствия поставлять на экспорт. Экспорт сельскохозяйственной продукции и продуктов питания составляет 16,9 % к общему объему экспорта [1].

Вместе с тем жесткая привязанность экспорта продуктов питания к российскому рынку, активное насыщение которого в последнее десятилетие осуществляется за счет отечественных производителей, требует глубокого анализа сложившейся ситуации и грамотного построения стратегии развития предприятий белорусского АПК. Помимо общераслевой стратегии присутствия национальных продуктовых брендов на региональных и страновых рынках, каждое предприятие должно разрабатывать собственный стратегический план развития.

Разработка стратегии развития предприятия начинается с определения основных ориентиров предпринимательской деятельности, т. н. ее философии, и оглашения соответствующего послания, в котором сообщается о ее предназначении (миссии). Исходя из этого, устанавливается форма реализации стратегии и определяется ее выбор. Опыт процветающих организаций, например IBM, свидетельствует, что основной замысел деятельности организации часто имеет большее значение, чем технология, финансовая база и организационная структура. Основная задача стратегического планирования состоит в том, чтобы обосновать долгосрочные цели развития предприятия в целом, а не отдельных подразделений, хотя последние принимают непосредственное участие в

реализации структурного плана [2].

Разработка стратегического плана должна предваряться обширными исследованиями ретроспективного характера, основанного на использовании широкого спектра фактических показателей работы конкретного субъекта хозяйствования, профильных предприятий региона и отрасли в целом. Важно дать всестороннюю оценку состояния соответствующих рынков, проанализировать сложившиеся и спрогнозировать перспективные тренды их развития с учетом оценки поведения конкурентов на этих рынках. Разработанный стратегический план придает организации определенность, индивидуальность, которые позволят ей успешно привлекать финансовые, трудовые, материальные ресурсы по привлекательным ценам и обеспечат конкурентные преимущества на рынках сбыта производимой продукции.

Стратегическое планирование само по себе не гарантирует успеха, и организация, сформировавшая стратегический план, может потерпеть неудачу в результате резкого вмешательства, в первую очередь, внешних факторов, оцениваемых в качестве форс-мажора. Однако заранее продуманные и просчитанные модели поведения в критических ситуациях позволят ей применить наиболее действенные инструменты для стабилизации внутренней устойчивости. Принимая систематизированные решения, базирующиеся на параметрах стратегического плана, высший менеджмент сможет обеспечить снижение риска принятия неправильных решений, что будет способствовать минимизации возможных потерь.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сельское хозяйство РБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/ae6/xtqvasntecw4vdypj0vpy0jcoxtqpphl.pdf>. – Дата доступа: 06.01.2023.
2. Понятие, принципы и функции стратегического планирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studopedia.ru/3_26435_ponyatie-printsipi-i-funksii-strategicheskogo-planirovaniya.html. – Дата доступа: 09.01.2023.
3. Планирование деятельности компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.profiz.ru/se/12_2018/plan_deyatelnosti/. – Дата доступа: 06.01.2023.

УДК 631.16

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СВЯЗИ МЕЖДУ ОТРАСЛЯМИ АПК

Вашило А. Н. – студент

Научный руководитель – **Горанец С. И.**

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
г. Гродно, Республика Беларусь

В настоящее время агропромышленный комплекс представляет собой совокупность отраслей народного хозяйства, связанных с развитием сельского хозяйства, обслуживанием его производства и доведением сельскохозяйственной продукции до потребителя.

Главная задача агропромышленного комплекса состоит в максимальном удовлетворении потребностей населения в продуктах питания и товарах народного потребления [2].

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что эффективное сельскохозяйственное производство в современных условиях в значительной степени зависит от успешного функционирования целого ряда других отраслей народного хозяйства. Прежде всего от отраслей, поставляющих сельскому хозяйству технику, сельскохозяйственные машины, горюче-смазочные материалы, ядохимикаты, минеральные удобрения, строительные материалы.

Целью данного исследования является изучение производственно-экономических связей для нахождения методов и форм повышения экономической эффективности агропромышленного производства.

При работе над статьей использованы теоретические методы исследования анализа и синтеза, индукции и дедукции и эмпирические методы сравнения и обобщения.

Агропромышленный комплекс (АПК) выступает как один из важнейших подкомплексов общественного производства. Значение сельского хозяйства во все времена и во всех странах было неоспоримо, поскольку именно здесь решаются насущные, жизненно важные проблемы обеспечения населения продовольствием.

В агропромышленном производстве выделяются пять взаимосвязанных стадий:

- производство средств производства для всей системы агропромышленного комплекса;
- сельскохозяйственное производство;
- производство предметов потребления, изготавливаемых из сельскохозяйственного сырья;
- производственно-техническое и технологическое обслуживание

всех стадий воспроизводственного цикла;

- реализация конечной продукции [1].

Характеризуя агропромышленный комплекс как единое целое производство необходимо отметить, что сельское хозяйство всегда было тесно связано с промышленностью, строительством, транспортом, торговлей и другими отраслями народного хозяйства. Его создание знаменует собой качественно новый уровень связей и взаимосвязей сельского хозяйства и смежных отраслей, объединенных в единый воспроизводственный процесс.

Основой формирования агропромышленного комплекса является агропромышленная интеграция. Она представляет собой процесс усиления производственных связей и органического соединения сельского хозяйства с другими отраслями, занимающимися обслуживанием сельского хозяйства и доведением его продукции до потребителя [1].

Агропромышленная интеграция является результатом развития производительных сил, углубления общественного разделения труда. На этой основе становятся более тесными межотраслевые связи сельского хозяйства. От него обособляются ряд функций, которые выделяются в особые предприятия и отрасли, такие как производственно-техническое, агрохимическое обслуживание, мелиоративные работы т. д. Связи сельского хозяйства все больше усиливаются с другими отраслями агропромышленного комплекса в сфере реализации и переработки продукции.

Эффективная деятельность многоотраслевой производственной системы зависит от двух основных факторов:

- от сбалансированности отраслей по ресурсам, темпам развития, объемам производства продукции, работ;
- от деятельности каждого звена, нацеленной на конечный результат.

Объем производства каждого вида промежуточной продукции определяется требованиями звена, потребляющего данную продукцию. На этой стадии должна обеспечиваться необходимая пропорциональность и сбалансированность развития всего комплекса в целом [2].

Таким образом, изучение и понимание промышленно-экономических связей помогает правильно выстроить работу в агропромышленных комплексах и повысить экономическую эффективность агропромышленного производства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Коваленко, Н. Я. Экономика сельского хозяйства / Н. Я. Коваленко. – Москва: ЮРК-НИГА, 2004. – 384 с.
2. Попов, Н. А. Экономика сельского хозяйства / Н. А. Попов. – М.: Дело и сервис, 2000. – 421 с.

УДК 330.34

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА АГРАРНОЙ И ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Виноградова Е. Д. – студент

Научный руководитель – **Климова Ю. Е.**

УО «Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий»

г. Могилев, Республика Беларусь

В настоящее время Республика Беларусь стремится к росту экономики за счет научно-технологического развития, т. е. инновационного потенциала. В данном случае будет рассмотрено развитие инновационного потенциала в пищевой промышленности.

Целью научной работы является оценка инновационного потенциала и прогнозирование его дальнейшего развития.

На сегодняшний день уровень конкуренции на рынке обуславливается уровнем инноваций, внедренных в работу. Так, в аграрной промышленности на момент 2023 года увеличены объемы производства молока за счет выведения (селекции) новой породы коров. Суточный удой данной породы составляет 35 л с жирностью в 4,15 %, в то время как обычная корова производит 20 л с жирностью 3,6 %.

При отсутствии сбалансированной кормовой базы развитие животноводства трудноосуществимо. В последние годы специалистами центра по инновациям создано немало новых кормовых добавок, которые позволяют увеличить качественные и количественные показатели отращивания. За счет данных инноваций за период с 2020 по 2021 год показатели мясных и молочных продуктов увеличились, в т. ч. полуфабрикаты мясные и мясосодержащие увеличились на 40,5 тыс. т и составили 279,7 тыс. т; масло сливочное и пасты молочные возросли на 0,2 тыс. т и составили 119,7 тыс. т. Также с целью улучшить продажу напитков модернизирован рецепт. Как результат, продажа безалкогольных напитков увеличилась в 1,13 раз [1].

Что касается сферы пищевого производства, за счет модернизации изготовления консервов, темп экспорта белорусской консервной продукции за январь-сентябрь 2022 года составил 132 % к соответствующему периоду 2021 года. Также в Республике Беларусь в рамках нововведений активно создаются нутрицевтики. Пищевые и биологически активные добавки, функциональная и лечебная еда, продукты, улучшающие микрофлору кишечника, называются нутрицевтиками. Научные исследования показывают, что употребление нутрицевтиков благоприятно

сказывается на здоровье человека и помогает в профилактике некоторых заболеваний, связанных с окислительным стрессом: аллергий, нейродегенеративных расстройств, таких как болезнь Альцгеймера и снижение иммунитета [2]. В Республике Беларусь на сегодняшний день зарегистрировано более тысячи наименований биологически активных добавок к пище, в основном иностранного и российского происхождения, и более пятидесяти наименований отечественного производства. Например, крупными отечественными производителями нутрицевтиков являются ОДО «Аматек», ЗАО «Малкут», УП «Экзон», УП «Диалек», УП «Синтез».

Среди инноваций, внедренных в производство, появился способ прямого осмоса. На пищевых производствах применяются различные методы, которые позволяют продуктам оставаться свежими на долгий срок, чтобы добраться до потребителя. Исследования в этой области показали эффективность мембранной технологии. Это называется прямым осмосом и применяется для концентрирования жидкостей. Это более щадящий процесс, чем применяемые способы концентрации пищевых продуктов. К тому же он требует минимальное количество энергозатрат и не предполагает нагрева. Все это позволяет естественным образом сохранить в продукте как можно больше полезных микроэлементов, белков и витаминов. Любые содержащие жидкость продукты, от кофе до кокосовой воды, могут быть концентрированы по технологии прямого осмоса.

Из данных статистики, представленной в научной работе, можно сделать вывод, что Республика Беларусь движется по инновационному пути с умеренной скоростью, а уровень инновационной активности растет. Данные обстоятельства свидетельствуют об ускорении темпов роста экономической стороны пищевой промышленности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Инновационное развитие предприятий пищевой отрасли: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnoe-razvitiye-predpriyatiy-pischevoy-otrasli-problemy-i-perspektivy>.
2. Инновационные тренды в питании: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vsesoki.ru/blogs/stati/innovatsii-i-trendy-v-pitanii-aktualnye-k-2023-mu-godu>.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЯДА КЛЮЧЕВЫХ КАТЕГОРИЙ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ, ИХ ОСОБЕННОСТИ И ВЗАИМОСВЯЗЬ

Воробьев А. Д.¹ – студент

Научный руководитель – **Гришанова О. В.**²

¹ – УО «Белорусский национальный технический университет»

г. Минск, Республика Беларусь;

² – УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

В настоящее время в мировом экономическом пространстве происходит процесс становления нового, отличного от индустриального типа экономики – экономики знаний. Знания в современной экономике становятся нематериальным активом, позволяющим повысить эффективность производства и обеспечить рост экономики.

Согласно определению, предложенному специалистами Всемирного банка, под экономикой знаний следует понимать экономику, которая создает, распространяет и использует знания для ускорения собственного роста и повышения конкурентоспособности [1].

Стратегический ресурс развития экономической системы при этом строится на таких базовых категориях, как информация, знания и инновации.

Экономика знаний может характеризоваться как:

1. Сервисная экономика. Центр экономики знаний окончательно смещается с производства товаров на оказание услуг. Статистическая информация свидетельствует о том, что сектор услуг превратился в доминирующий сектор национальной экономики высокоразвитых стран современного мира.

2. Информационная экономика. Информация играет превалирующую роль как фактор производства, а развитие информационно-коммуникационных технологий позволяет создать новую инфраструктуру для обработки и передачи информационных потоков.

3. Инновационная экономика. Источником создания богатства являются инновации, которые генерируются в результате получения, распространения и использования знаний [2].

Проанализировав данные экономические модели обозначим, что общим для них является признание приоритетности развития и эффективности использования человеческого капитала. Различие лишь в том, что в качестве основного фактора производства используются разные его составляющие: услуги, инновации, информация, знания.

Следует отметить, что такие категории, как «информация» и «знания», при всей их схожести имеют существенные различия. Несмотря на наличие связи между ними, именно знания используются в ходе управления экономическими процессами, т. к. информация является способом их передачи от одного объекта к другому.

Знания – это продукт мыслительной деятельности человека по проникновению его в суть явлений окружающего мира [2]. Так, кодифицированные или формализованные знания легко воспроизводимы, сохраняются и передаются с помощью носителей и используются для производства новых знаний. Бурный прогресс информационно-коммуникационных технологий и активное построение сетевых отношений сделали возможным использование и быстрое распространение таких знаний в виде новейших научных разработок и технологий на любые расстояния при минимальных затратах. Благодаря этому знания становятся доступными обществу независимо от уровня социально-экономического развития.

Инновации в условиях экономики знаний, основываясь на потоках знаний и информации, полученных в результате целенаправленного развития науки и технологий, выступают замыкающим контуром, который приводит к экономическому росту и улучшению качества жизни. Таким образом, создается своеобразная технологическая цепочка производства, распространения и использования знаний: информация превращается в знания, а знания затем трансформируются в новые научные результаты, которые формируют инновационные технологии.

С учетом вышеизложенного, можно сделать вывод, что стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий в конце прошлого века привело к сращиванию отдельных элементов различных экономических моделей, а инновации, информация и знания должны рассматриваться во взаимосвязи и комплексно.

ЛИТЕРАТУРА

1. Группа Всемирного банка // Веб-сайт Всемирного банка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vsemirnnyjbank.org/ru/home>. – Дата доступа: 22.01.2023.
2. Экономика знаний / Отв. ред. В. П. Колесов. – М., 2008. – С. 6-7.

К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ ОСНОВ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Воробьев А. Д.¹ – студент

Научный руководитель – **Гришанова О. В.**²

¹ – УО «Белорусский национальный технический университет»

г. Минск, Республика Беларусь;

² – УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

В настоящее время возрастает ценность уникальных видов знаний, обладание которыми обеспечивает большие экономические и социальные преимущества. Особое значение приобретает уже не физическая форма существования капитала, а интеллектуальная, умственная, информационная, технологическая. Финансовые успехи предприятий в этих условиях базируются на оригинальных открытиях и изобретениях, научных и технологических приемах. Научеёмкие продукты становятся определяющим фактором экономического роста, а обработка и обмен информацией – мощным и эффективным средством ведения бизнеса.

Республика Беларусь в разработке и реализации своей экономической политики постоянно сталкивается с вызовами современного мира и вынуждена учитывать их в интересах повышения конкурентоспособности национального хозяйства и формирования основ новой экономики [1].

Построить экономику знаний стремятся многие государства. К странам с экономикой знания относят США, Японию, Южную Корею и страны Западной Европы. В Китае формирование экономики знаний официально признано государственной стратегией [2].

Говорить о новой экономике можно, когда экономическая система переходит на доминирование пятого и шестого технологических укладов (робототехника, электроника, телекоммуникации, тонкая химия и биотехнологии, космические технологии).

Современное состояние экономики Республики Беларусь позволяет говорить о доминировании технологий третьего и четвертого укладов (автомобиле- и тракторостроение, органическая химия, переработка нефти).

Новой экономике свойственно бурное развитие рынка знаний. Расходы на образование в нашей стране составляют 9,3 % от ВВП, являясь значительными по меркам даже развитых стран. Постоянно осуществляется процесс роста числа учреждений образования, как результат данного процесса – постоянный рост количества студентов и этот

показатель в нашей стране соответствует общеевропейскому уровню.

Ключевым ресурсом экономики знаний выступает высокоразвитый человеческий капитал, по данным ЕБРР и Всемирного банка, доля белорусских предприятий, которые организуют обучение и повышение квалификации для своих сотрудников, составляла 38,1 %. Беларусь сумела сохранить достаточно высокий уровень развития человеческого капитала и осуществляет мероприятия по его увеличению. Однако при этом целесообразно учитывать не только количественные, но качественные параметры: творческий потенциал, формирование всесторонне развитой личности и т. д. [3].

С учетом вышеизложенного отметим, что при формировании новой экономики государственные приоритеты должны смещаться в сторону развития способностей человека, обеспечения достойных условий его жизни и быта.

Таким образом, развитие Республики Беларусь по пути формирования новой экономики предполагает разработку комплекса конкретных мероприятий, направленных на стимулирование внедрения новых достижений науки и техники, интеграцию науки и производства, формирование работника нового типа: профессионального, образованного, творческого.

ЛИТЕРАТУРА

1. Енин, Ю. И. Формирование в Республике Беларусь основ экономики знаний: теория и практика / Ю. И. Енин // Экономика и управление. – 2012. – № 2 (30). – С. 14-20.
2. Экономика знаний и факторы ее реализации // Аналитический вестник Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации [Электронный ресурс]. – 2005. – № 15 (267). – Режим доступа: http://council.gov.ru/activity/analytics/analytical_bulletins/25724/. – Дата доступа: 22.01.2023.
3. Шарова, К. И. Инвестиции в знания как важнейший фактор экономического развития Республики Беларусь / К. И. Шарова // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость: материалы IV Междунар. научн-практ. конф., Минск, 19-20 мая 2011 г. – Минск, БГЭУ. – Т. 1. – С. 113-114.

УДК 330.341

ВИДЫ ХОЛДИНГОВ В АПК БЕЛАРУСИ

Воронов А. В., Мигура М. В. – студенты

Научный руководитель – **Коренная Н. П.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

На сегодняшний день экономическая целесообразность организации холдинговых компаний во всех отраслях хозяйствования, в т. ч. в

АПК, практически не оспаривается. Создание холдинговых компаний дает возможность повысить гибкость в осуществлении деятельности предприятиями, ускорить реагирование предприятий на изменение рынка, сократить производственные издержки, содействует внедрению инноваций.

Классификацию холдингов можно проводить по следующим критериям:

1. - имущественные – основанные на преобладающем участии в уставном капитале или наличии контрольного пакета акций,

- договорные – когда холдинговые отношения возникают в силу, в рамках и на срок заключенного договора,

- организационные – холдинговые отношения, которые складываются в связи с иными обстоятельствами, непосредственно не названными в законодательстве [1];

2. - чистые холдинги – головная компания не занимается самостоятельной коммерческой деятельностью,

- смешанные холдинги – головная компания осуществляет коммерческую деятельность [2];

3. - государственные (муниципальные) – холдинг, в котором участие государства (муниципального образования) в уставном капитале основного общества позволяет государству (муниципальному образованию) контролировать такое объединение,

- частные – холдинги, в которых уставный капитал основного общества сформирован из вкладов частных лиц – коммерческих организаций и граждан [1]. Разновидностью частных холдингов являются семейные холдинги;

4. - горизонтальные холдинги (сбытовые холдинги) – объединение обществ, действующих на одном рынке (энергетические компании, сбытовые, телекоммуникационные и проч.). Они представляют собой объединение однородных бизнесов в филиальные, например территориальные, структуры, которыми управляет головное хозяйственное общество. Главной целью такого объединения является создание единой системы поставщиков и много дочерних обществ, выполняющих функции сбыта. В случае если таких дочерних обществ много, то необходимы единые правила регулирования их деятельности,

- вертикальные холдинги (холдинги концернового типа или производственные холдинги) – объединение предприятий в одной производственной цепочке (добыча сырья, переработка, выпуск продукции, сбыт). В качестве примера можно привести объединения, занимающиеся переработкой сельскохозяйственной продукции, металлов, нефтепереработкой,

- диверсифицированные холдинги представляют собой форму объединения различных бизнесов, действующих на разных рынках. Их создание связано с распространением хозяйственной деятельности холдинговой компании на новые сферы (с расширением номенклатуры продукции и т. д.). При этом нередко компании не идут на полное слияние, а создают тот или иной механизм взаимодействия, позволяющий им сохранить статус юридического лица и при этом сотрудничать с другими предприятиями.

Таким образом, применив вышеизложенное к перечню холдингов в Республике Беларусь, можно сделать вывод, что в АПК Республики Беларусь можно в основном выделить создание государственных (60 %), вертикальных, имущественных (75 %), смешанных холдингов (направленных на переработку и сбыт продукции) [3]. Однако холдинги – это структуры, которые обречены на постоянное изменение. Выживут те, которые поймут, когда им надо измениться. В частности, установленные законодательством ограничения для дочерних компаний: нельзя входить в другой холдинг, владеть долями в управляющей компании, быть залогодержателем акций головной структуры, иметь ее акции в доверительном управлении [4], – не позволяют им существенно влиять на политику холдинга, тормозят ее желание вступать в тот или иной холдинг, заставляя задуматься о создании других интеграционных структур, например кластеров.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кравченко, Е. Н. Такие разные холдинги / Е. Н. Кравченко // Учет. Налоги. Право. – 2000. – N 17.
2. Шиткина, И. С. Холдинги. Правовой и управленческий аспекты / И. С. Шиткина. – М.: ООО «Городец-издат», 2003.
3. Перечень холдингов в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/ru/holding-list-ru/>. – Дата доступа: 5.02.2023.
4. О создании и деятельности холдингов: Указ Президента Республики Беларусь, 7.10.2021 № 385 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P32100385>. – Дата доступа: 5.02.2023.

СОДЕРЖАНИЕ КАТЕГОРИИ «ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ»

Гаврилюк Ю. Н. – магистрант

Научный руководитель – **Грибов А. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

В современных экономических условиях для эффективной работы любого предприятия и повышения его конкурентоспособности необходимо совершенствовать механизм формирования и использования трудовых ресурсов.

С целью рационального представления главенствующей роли трудовых ресурсов в хозяйственной деятельности предприятий требуется осознание сущности данной дефиниции.

Впервые термин «трудовые ресурсы» сформулировал в одной из своих статей академик С. Г. Струмилин в 20-е гг. XX столетия. Ученый представил свое определение понятию: «трудовые ресурсы – это та часть населения, обладающая физическим развитием и интеллектуальными (умственными) способностями, необходимыми для трудовой деятельности» [3].

Следует отметить, что некоторые экономисты придерживаются мнения, что переход к рыночным отношениям является предпосылкой к утрате своего истинного значения данной категории как таковой. Ряд авторов, таких как П. Э. Шлендер и Ю. П. Кокин, в своих трудах дают определение «трудовым ресурсам» как категории, занимающей промежуточное положение между терминами «трудовой потенциал» и «совокупная рабочая сила». Они отмечают, что к трудовым ресурсам относится трудоспособная часть населения, которая обладает физическими или интеллектуальными возможностями, способная производить материальные блага и оказывать услуги [1]. Несколько иную трактовку этого понятия представляет Г. В. Савицкая. Исходя из ее определения, «трудовые ресурсы – это фактическое количество работников по категориям и профессиям с плановой потребностью» [2].

В таблице представлен сравнительный анализ дефиниции «трудовые ресурсы» (таблица). Следует отметить, что каждое последующее дополняет предыдущее, тем самым совокупность данных понятий позволяет понять полную и конкретную сущность понятия трудовые ресурсы. Множество определений данной категории позволяет заключить, что интерпретация понятия изменяется не только с совершенствованием производственных взаимоотношений, но и с изменениями условий хозяйствования и индикаторов развития как отдельного субъекта

хозяйствования, так и экономики в целом.

Таблица – Сравнительный анализ трактовки категории «трудовые ресурсы»

Автор	Сущность категории
Г. В. Савицкая	Фактическое количество работников по категориям и профессиям с плановой потребностью
А. С. Головачев	Часть трудоспособного населения, обладающая физическим развитием, умственными способностями и знаниями, необходимыми для работы в народном хозяйстве
Е. А. Тарбеева	Часть населения, обладающая необходимыми физическими и интеллектуальными способностями и знаниями для работы в какой-либо сфере
Е. В. Заборина	Трудоспособное население в трудоспособном возрасте, а также возникающая по их поводу совокупность социально-экономических отношений на всех фазах общественного производства
А. Г. Гаврилов	Совокупность способностей и возможностей кадров обеспечивать достижение целей долгосрочного (перспективного) развития предприятия
А. Я. Кибанова	Трудоспособная часть населения, которая в силу психофизических и интеллектуальных качеств способна производить материальные блага или услуги
Н. А. Горелов	Составная часть естественных производительных сил страны
Ю. П. Кокин, П. Э. Шлендер	Трудоспособная часть населения, которая обладает физическими или интеллектуальными возможностями, способная производить материальные блага и оказывать услуги

Изучение представленных дефиниций показывает, что основная сущность понятия заключается в конкретной численности населения, которая обладает способностями к производству материальных и духовных благ для удовлетворения личных и общественных потребностей. Трудовые ресурсы являются достаточно сложной экономической категорией, которая включает в себя логически связанные друг с другом элементы: ресурсы и труд (живой и овеществленный).

ЛИТЕРАТУРА

1. Кокин, Ю. П. Экономика труда: Учебник / Ю. П. Кокин, П. Э. Шлендер. – М.: Магистр, 2010. – 686 с.
2. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – 5-е изд / Г. В. Савицкая – М.: ИНФРА-М, 2013. – 345 с.
3. Струмилин, С. Г. Наши трудовые ресурсы и перспективы / С. Г. Струмилин // Хозяйственное строительство, 1922. – Вып. 2. – С. 32-46.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛИД-МЕНЕДЖМЕНТА В ООО «MARK FORMELLE»

Генец Н. В., Кашура Ю. Н. – студенты

Научный руководитель – **Дорошкевич И. Н.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Чтобы пользователь не ушел к конкурентам, любому белорусскому бизнесу важно грамотно выстроить лид-менеджмент и стратегию общения с потенциальным покупателем. Она должна быть персонализированной, чтобы пользователь заинтересовался и доверился компании. В качестве цели работы нами изучены элементы использования лид-менеджмента для бренда ООО «Mark Formelle» (FM).

Лид – это потенциальный клиент, который оставил контакты. Сюда можно отнести тех, кто скачал лид-магнит; подписался на рассылку; отправил заявку на демонстрацию сервиса; зарегистрировался; отправил заявку на консультацию. По степени готовности к покупке лиды бывают: • холодные – изучают рынок и пытаются понять, подходит ли ваше решение для их проблемы. Они могут почитать статьи в блоге и скачать базовый лид-магнит, далекий от продукта. Такие лиды еще не заинтересованы в продукте, могут уйти, ничего не купить; • теплые – заинтересованы, но не обязательно купят. Скорее всего, они совершили какое-то действие, выражающее их интерес к покупке: заполнили форму, скачали продуктовый лид-магнит, добавили товары в корзину и т. д.; • горячие – такой лид видел ваши материалы, понял ценность продукта и уже смотрел цены. Он принимает решение о покупке и владеет бюджетом для этого. Контакт этого лида можно передавать менеджерам по продажам или вести его к оплате силами маркетинга [1].

Лид-менеджмент – это поэтапная работа с лидами с целью увеличить конверсию на каждом этапе воронки. В ходе лид-менеджмента бизнес получает контакты потенциальных клиентов, квалифицирует их, собирает о них больше данных и прогревает, чтобы привести к покупке. Лид-менеджмент нужен, чтобы бизнес мог поставить приоритет лидов в зависимости от их интереса, распределять усилия команды маркетинга, доводить до покупки заинтересованных лидов и не терять заявки. Чаще всего, это делается с помощью CRM и автоворонок. На рисунке 1 нами представлена воронка продаж бренда ООО «Mark Formelle». На рисунке 1 в самом верху воронки мы видим количество сеансов за анализируемый период – 784 921 лид посещал и изучал сайт. На втором этапе воронки мы видим, что из всех посетителей сайта уже 154 480

лидов добавили товар в корзину. На 3 этапе рассчитываем коэффициент конверсии Conversionrate (CR). Для расчетов применяется CR формула = количество целевых действий или лидов / общее число посетителей * 100 % – $154\,480 / 784\,921 * 100\% = 19,68\%$ – составил коэффициент конверсии на данном этапе.



Рисунок 1 – Воронка продаж в интернет-магазине FM за период 01-23.01.2023

На 4 этапе воронки мы наблюдаем, что 143 534 лида начали оформлять заказ на сайте. На 5 этапе рассчитываем CR на начало оформления заказа по CR формуле = $143\,534 / 784\,921 * 100\% = 18,29\%$ – составил коэффициент конверсии на данном этапе. На 6 этапе мы видим итог – 24 967 лидов совершили заказ (транзакцию). На 7 этапе воронки мы

рассчитываем коэффициент транзакций = $24\,967 / 784\,921 * 100\%$ = 3,18 %.

Модель лид-менеджмента включает 4 этапа: сбор лидов, обогащение данными и трекинг, квалификация, прогрев.

Сбор лидов – получение контактов пользователя, чтобы вести с ними работу к покупке. Собрать контакты помогут: предложения оставить контакты взамен на бонус; лид-форма на сайте с предложением полезных материалов, чат и чат-бот.

Обогащение данными и трекинг лидов. Собранные контакты необходимо идентифицировать. Имя, email, геоданные, канал и источник прихода пользователя, действия на сайте – составляет карточка лида. Эта информация поможет сегментировать лидов, персонально работать с ними на следующих этапах и в итоге продать подходящий для них товар.

Сегментация – на основе данных о действиях пользователя их делят на группы и формируют персонализированные сценарии коммуникации с релевантными предложениями.

Далее нужно понять, на каком шаге воронки находится лид – квалифицировать его. Это поможет точно работать с лидом и быстрее продвинуть его к покупке. Чтобы ускорить процесс, можно использовать автоматические инструменты: поп-ап. Прописать в заголовке квалифицирующий вопрос, а в кнопках – варианты ответа, триггерное сообщение в чат или чат-бот, которое будет вовлекать клиента в диалог, и вести к покупке. Прогрев лидов – ведение их к покупке с помощью коммуникаций. Ваша задача – из теплого или даже холодного лида сделать горячего, и в этом вам помогут следующие инструменты лид-менеджмента: email-рассылки; триггерные сообщения в чат на сайте и чат-бот; сообщения в мессенджеры; рассылки в соцсетях. Пример рассылки для клиентов MF изображен на рисунке 2

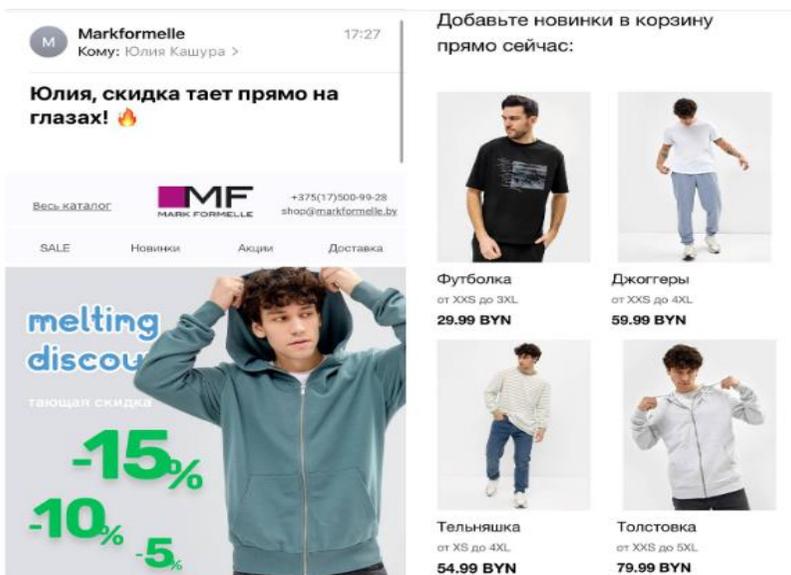


Рисунок 2 – Информационная рассылка для клиентов MF (январь 2023 г.)

Таким образом, лид-менеджмент является актуальным инструментом работы с клиентами в электронном маркетинге в Беларуси. Специалисты ООО «Mark Formelle» используют данные инструменты и активны в стимулировании продаж потенциальным клиентам. Уровень конверсии лидов в январе 2023 г. на уровне 3,18 % в современных условиях является хорошим показателем маркетинговой деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Блог Carrotquest [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.carrotquest.io/blog/>. – Дата доступа: 31.01.2023.

УДК 658(075.8)

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Гой М. А., Шавельский В. В. – студенты
 Научный руководитель – **Протасеня С. И.**
 УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
 г. Гродно, Республика Беларусь

Основные средства представляют собой денежные средства, вложенные в основные фонды. По своему экономическому содержанию

основными фондами являются многократно используемые в хозяйственной деятельности средства труда, сохраняющие первоначальный внешний вид (форму) в течение длительного периода с постепенной утратой своей стоимости по мере износа. Из вышеизложенного следует, что, хотя понятия «основные фонды» и «основные средства» тесно взаимосвязаны, различия между ними существенны. Они сводятся к тому, что «основные фонды» функционируют на протяжении длительного периода времени, сохраняя при этом свою натурально-вещественную форму, а «основные средства», авансированные на срок функционирования основных фондов, возвращаются частями по мере начисления амортизации [1].

Планирование и учет воспроизводства основных средств осуществляются в натуральных и стоимостных показателях. Натуральные измерители применяются при расчетах производственной мощности предприятий, организации производственного процесса, определении технического состояния средств труда и их качественной характеристики, а также при разработке межотраслевых и плановых балансов основных средств и оборудования.

Денежная или стоимостная оценка основных средств необходима для учета их динамики, планирования расширенного воспроизводства, определения степени износа и размера амортизационных отчислений, оценки эффективности их использования.

Стоимостная оценка основных средств может осуществляться по первоначальной, переоцененной, остаточной (недоамортизированной), ликвидационной и среднегодовой стоимости [2].

Первоначальная стоимость основных средств – стоимость на момент ввода основного средства в эксплуатацию. Определяется как сумма всех фактических затрат на приобретение (сооружение), транспортировку, монтаж и установку основного средства на предприятии. Первоначальная стоимость не подлежит изменению, кроме случаев реконструкции, модернизации, реставрации основных средств, а также их переоценки.

Переоцененная стоимость характеризует стоимость воспроизводства основных средств в современных условиях, т. е. отражает ту сумму денежных средств, которая потребовалась бы для приобретения или сооружения основного средства, независимо от времени его ввода, в настоящее время. Переоценка основных средств проводится, как правило, на начало каждого года одним из трех методов: методом прямой оценки, который заключается в прямом пересчете стоимости отдельных объектов в цены, сложившиеся на 1 января на новые объекты, аналогичные оцениваемым; индексным методом, который заключается в

умножении первоначальной (переоцененной) стоимости отдельных объектов на коэффициенты (индексы) пересчета, дифференцированные по группам основных средств; методом пересчета валютной стоимости, т. е. пересчетом первоначальной (переоцененной) стоимости основных средств в иностранной валюте по курсу Национального банка Республики Беларусь по состоянию на 31 декабря предыдущего года.

Остаточная стоимость – разница между первоначальной (переоцененной) стоимостью основного средства и накопленными по нему за весь период эксплуатации суммами амортизационных отчислений.

Ликвидационная стоимость – сумма денежных средств, которая может быть получена после окончания срока службы объекта основных средств.

Среднегодовая стоимость основных средств ($\bar{\Phi}$) рассчитывается по формуле:

$$\bar{\Phi} = \frac{\left(\frac{\Phi_{н.г} + \Phi_{к.г}}{2} + \Phi_{01.02} + \Phi_{01.03} + \dots + \Phi_{01.12}\right)}{12},$$

где $\Phi_{н.г}$, $\Phi_{к.г}$ – стоимость основных средств на начало и конец отчетного периода соответственно, руб.;

$\Phi_{01.02}$, $\Phi_{01.03}$, $\Phi_{01.12}$ – стоимость основных средств на начало каждого месяца, руб.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воробьев, И. П. Экономика и управление организацией: учебное пособие / И. П. Воробьев, Е. И. Сидорова, А. Т. Глаз. – Минск: Квилориа В. Т., 2016. – 371 с.
2. Экономика организации (предприятия): учеб. пособие / Л. Н. Нехорошева [и др.]; под ред. Л. Н. Нехорошевой. – Минск: БГЭУ, 2020. – 687 с.

УДК 338.43:336:658

ОЦЕНКА СТАБИЛЬНОСТИ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Гончар В. В. – студент

Научный руководитель – **Тодорич Л. П.**

Комратский государственный университет

г. Комрат, Республика Молдова

В сельском хозяйстве существенное влияние на результаты возделывания сельскохозяйственных культур оказывают погодно-климатические условия, не подконтрольные человеку. В связи с этим в ходе экономических исследований важно проводить анализ стабильности

(устойчивости) финансовых показателей за исследуемый период. С этой целью следует выявить среднегодовой показатель, сложившиеся отклонения за годы анализа. Отношение отклонений к среднегодовому показателю указывает на стабильность. Обычно определяют коэффициент вариации в процентах. Важно также показать размах вариации – разницу между максимальными и минимальными показателями [1].

Рассмотрим динамику доходов от реализации, себестоимости и валовой прибыли в сельскохозяйственном предприятии ООО «Сумнус Агро» за последние 10 лет. Показатели представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели доходов от реализации, себестоимости и валовой прибыли в ООО «Сумнус Агро» за 2012-2021 г. (тыс. лей)

Год	Доход от реализации	Себестоимость	Валовая прибыль
2012	12916	9319	3597
2013	16219	11558	4661
2014	16479	12109	4370
2015	19036	12935	6103
2016	19906	12494	7412
2017	27503	19965	7539
2018	22912	19111	3801
2019	21716	21309	407
2020	25145	22902	2243
2021	26469	19990	6479

Примечание – Источник: данные бух. учета предприятия

Выполним расчеты по определению средних показателей доходов от реализации, себестоимости и валовой прибыли, их среднегодовых отклонений, коэффициентов вариации и размаха вариации, а также индекса роста. Полученные результаты заносим в таблицу 2.

Таблица 2 – Расчетные значения стабильности финансовых показателей ООО «Сумнус Агро» за 2012-2021 годы

Показатели	Доход от реализации	Себестоимость	Валовая прибыль
В среднем за 2012-2021 г., тыс. лей	20 830	16 169	4661
Среднегодовые отклонения, тыс. лей	4795	4922	2288
Коэффициент вариации, %	23,0	30,4	49,1
Размах вариации, тыс. лей	14 587	13 583	7132
Индекс роста 2021 г. к 2012 г.	2,05	2,15	1,80

Примечание – Источник: расчеты авторов

Как показывают данные таблицы 2, особо неблагоприятным оказался 2019 г., когда уровень рентабельности всех видов товарной продукции составил всего 1,9 % ($407 * 100 / 21\ 309$). Коэффициент вариации

всех финансовых показателей превысил 20 %, что подтверждает низкую стабильность, особенно это заметно при анализе динамики валовой прибыли. Размах вариации прибыли более чем в 1,5 превысил среднегодовой показатель.

Прямая зависимость сельского хозяйства от климатических условий обуславливает необходимость создания, если это возможно, натуральных и денежных страховых и резервных фондов на случай форс-мажорных обстоятельств. Сельскохозяйственные предприятия должны в первую очередь сами предохранять себя от возможных рисков и повышать устойчивость своего хозяйствования [2].

ЛИТЕРАТУРА

1. Пармакли, Д. М. Финансовые показатели деятельности предприятий в динамике: особенности оценки и прогнозирования (учебное пособие) / Д. М. Пармакли, Л. П. Тодорич; Комратский государственный университет, Научно-исследовательский центр «Прогресс». – Комрат: Б. и., 2022 (Centrografic SRL). – 86 p.
2. Пармакли, Д. М. Методологические аспекты экономических исследований в сельском хозяйстве (монография) / Д. М. Пармакли; Комратский государственный университет, Научно-исследовательский центр «Прогресс». – Комрат: Б. и., 2021 (Centrografic SRL). – 185 p.

УДК 331.101.262

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ АГРАРНОЙ ЭКОНОМИКИ

Горбатовская Е. В. – студент

Научный руководитель – **Липницкая В. В.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

Инновационный путь развития экономики невозможен без формирования и развития человеческого капитала. Классик современного менеджмента Питер Ф. Друкер заметил, «что самым ценным активом любой организации XXI станут ее работники умственного труда и их производительность» [1]. В Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021-2025 гг. отмечено, что одним из приоритетов ее реализации выступает создание образовательной системы нового типа, повышение качества образования и развитие новых профессиональных компетенций в соответствии с потребностями экономики [2]. Другими словами, речь идет о необходимости формирования человеческого капитала, который позволит повысить производительность труда и эффективность национальной экономики.

Цель исследования – обосновать необходимость формирования

человеческого капитала в условиях формирования инновационного сельского хозяйства.

Под человеческим капиталом, как правило, понимают совокупность приобретенных знаний, навыков, мотиваций и энергии, которыми наделены индивидуумы и которые могут использоваться в течение определенного периода времени в целях производства товаров и услуг. В свою очередь, человеческий капитал – результат диалектического взаимообогащения возрастающих потребностей и способностей; самодостаточная форма экономической деятельности, в процессе которой постоянно генерируются и внедряются креативные идеи, приводящие к росту экономики.

Проблема сущности человеческого капитала и его роли в производстве всегда интересовала экономистов, поэтому на рубеже 60-х годов XX в. сформировалась теория человеческого капитала. основоположниками данной теории явились экономисты Т.-В. Шульц и Г.-С. Беккер.

Т.-В. Шульц убежден, что с учетом вклада труда в выпуск продукции производственные возможности человека выше всех других форм богатства вместе взятых.

Несомненно, формирование человеческого капитала должно стать приоритетным направлением в аграрной политике Беларуси, т. к. в последние годы человеческий капитал становится основным источником инновационных решений и перемен в обществе, фактором его совершенствования и перехода к новому качеству.

Исследования показали, что на сегодня сельскохозяйственные предприятия Беларуси, в отличие от предприятий многих других отраслей, слабо укомплектованы специалистами, а потому одна из важнейших позиций, требующая внимания, – кадровая составляющая аграрного сектора экономики. В основе ее должно находиться качественное образование, соответствующее высочайшим требованиям к современному производству продукции.

Ежегодно в организации агропромышленного комплекса направляется около 2 тыс. выпускников с высшим и свыше 3,3 тыс. со средним специальным образованием, что в целом могло бы обеспечить потребность сельскохозяйственных организаций в кадрах при условии их закрепления на производстве [3].

Однако отсутствие перспектив как в карьерном, так и социальном плане, невозможность эффективной реализации своих знаний и умений отпугивает молодежь и увеличивает отток квалифицированных кадров из сельских территорий. Следует отметить, что сегодня сельская молодежь живет в условиях очень противоречивого общества. С одной

стороны, для молодых людей открылись возможности, которых ранее не было у их родителей, но с другой – социальные условия жизни на селе являются все более непривлекательными и неперспективными для молодежи.

Поэтому для инновационного развития аграрного сектора экономики Беларуси актуальным становится формирование механизмов работы с сельской молодежью с учетом их индивидуальных особенностей и выгод с целью создания условий для закрепления ее на селе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Друкер, П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке (пер. с англ.) / П. Ф. Друкер. – М.: Вильямс, 2004. – С. 181-182.
2. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021-2025 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mshp.gov.by/programms/fdbac4b499a1dde8.html>. – Дата доступа: 12.01.2023.
3. Образование в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет – Минск, 2022. – Режим доступа: www.belstat.gov.by. – Дата доступа: 02.02.2023.

УДК 339

ОСВОЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВА НОВЫХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ В ОАО «БОБРУЙСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»

Грива Д. С. – студент

Научный руководитель – **Сырокваш Н. А.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

К одной из самых динамично развивающихся отраслей мясной индустрии можно отнести производство мясных полуфабрикатов. Производство мясных полуфабрикатов является одной из наиболее значимых отраслей пищевой промышленности любого развитого государства.

Преимущества полуфабрикатов очевидна:

- длительное хранение без потери вкусовых качеств;
- быстрое приготовление. Существенная экономия времени на процесс готовки – это очень важно для современного быстрого темпа жизни;
- высокий уровень качества;
- доступность;
- широкий ассортимент;
- возможность попробовать не только традиционные, но и экзотические блюда.

Ассортимент продукции ОАО «Бобруйский мясокомбинат»

представлен не так широко, поэтому в рамках реализации проекта целесообразно развитие новой группы полуфабрикатов – колбаски, а также котлеты.

Для выпуска продукции в ОАО «Бобруйский мясокомбинат» имеется необходимое оборудование:

- СПЛИТ-Система;
- мясорубка;
- аппарат для формировки котлет;
- морозильная камера для хранения сырья и готовой продукции;
- фаршемешалка;
- упаковочная машина;
- прочее производственное оборудование и подручные средства.

Таким образом, технология производства колбасок и котлет не потребует закупки нового оборудования.

Выведа на рынок новые продукты, колбаски и котлеты, ОАО «Бобруйский мясокомбинат» увеличит свою рыночную долю на рынке мясных продуктов страны. Это позволит повысить эффективность производства мяса на предприятии путем выпуска востребованной на рынке Республики Беларусь продукции.

Предположенное мероприятие позволит улучшить показатели эффективности выпуска мясной продукции.

Производство предложенной продукции не требует дополнительных капитальных вложений, и продукцию можно производить на существующих технологических линиях. Мощности предприятия загружены не полностью, поэтому ОАО «Бобруйский мясокомбинат», не сокращая существующий объем производства, расширяет ассортимент. Это позволит сократить накладные расходы и получить дополнительную прибыль.

Для расчета себестоимости единицы продукции использованы технологические карты, разработанные специалистами предприятия.

На их основе рассчитаны материальные затраты. Сумма затрат на сырье для производства колбасок составит 6,5 тыс. руб. за 1 кг. Полная себестоимость колбасок составит 7,67 руб. Сумма затрат на сырье для производства котлет составит 5,82 руб. за 1 кг. Полная себестоимость котлет составит 7,82 руб.

Годовой объем выпуска колбасок — 120 т. Рентабельность продукции принята на уровне среднего уровня значения показателя в среднем по предприятию в категории полуфабрикаты 13,5%.

Отпускная цена за 1 кг колбасок составит 8,7 руб.

При рентабельности 13,5% годовая прибыль от реализации 120 т колбасок составит 124,3 тыс. руб.

Годовой объем выпуска котлет – 96 т (среднемесячный объем выпуска – 8 т x 12 месяцев).

Отпускная цена за 1 кг котлет составит 8,8 руб.

При рентабельности 13,5% годовая прибыль от реализации 96 т котлет составит 101,4 тыс. руб.

Общий прирост прибыли от реализации мясной продукции составит 226 тыс. руб.

Освоение производства колбасок и котлет в ОАО «Бобруйский мясокомбинат» позволит получить дополнительный объем прибыли от реализации продукции, что положительно отразится на показателях эффективности деятельности в общем по предприятию.

УДК 339.133

СПЕЦИФИКА И ТЕХНОЛОГИИ ТИЗЕРНОЙ РЕКЛАМЫ

Груль В. А. – студент

Научный руководитель – **Дорошкевич И. Н.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Реклама в XXI в. окружает нас повсюду: баннеры (на улицах, в автобусах, маршрутках, торговых центрах и т. д.), по радио и телевидению, в листовках и, конечно же, в интернете.

На сегодняшний день интернет-реклама является одним из наиболее распространенных методов продвижения каких-либо товаров и услуг. Однако реклама в интернете имеет много видов, она представляется по-разному, а также носит специфичный характер.

Целью статьи является изучение такого вида интернет-рекламы, как «тизерная», ее технологий, плюсов и минусов. На сколько хороша эта реклама для продвижения товаров и услуг.

Известно, что 90 % населения мира однозначно сталкивались с данным видом рекламы [1]. Вы могли не обращать на нее внимания, но она точно вам попадалась.

Тизерная реклама – вид рекламы, который привлекает пользователей своей «кричащей» картинкой и интригующим текстом, который, как правило, чаще обрывается на самом интересном: «Девушка похудела на 20 кг всего за неделю, принимая...», «Не надо сбивать давление таблетками, приложите на ночь марлю, смоченную...», «Как заработать «миллион» сидя дома» и т. д.

Чаще всего, тизерную рекламу можно встретить на новостных сайтах, в социальных сетях, на сайтах для просмотров фильмов и

развлекательных порталах.

Главной задачей данного вида рекламы является мотивация пользователя нажать на объявление и, соответственно, перейти уже на целевую страницу (чаще всего, до итоговой страницы нужно еще «дойти», в большинстве случаев нужно пройти несколько «кликов», чтобы попасть уже на сайт с нужным товаром или услугой).

Оплата за данную рекламу, как правило, зависит от «кликов», таким образом, чем больше «кликов» – тем больше прибыль от рекламы. Однако в тизерной рекламе существует и такой вид оплаты, как «за показы», чем больше показов – тем больше оплата (за определенное их количество).

Преимуществами тизерной рекламы являются:

- ✓ достаточно низкие цены для рекламодателей;

- ✓ огромный охват аудитории;

- ✓ минимальные требования к виду рекламы;

- ✓ простота (не нужно быть профессионалом, чтобы создать такую рекламу, создается она очень быстро).

Однако вышеперечисленные преимущества рекламы введут за собой немало недостатков:

- блокировщики рекламы (самая популярная причина уменьшения показов; блокировщик с легкостью «вырезает» тизерную рекламу с сайтов);

- некачественный трафик (да, «кликов» много, показов тоже, но нажатия могут быть случайными причем неоднократно, чаще всего это дети, пожилые люди; соответственно, «клик» был, заинтересованность показана, однако данный пользователь совершенно не заинтересован в данном товаре или услуге) – холодный трафик;

- подходит только для недорогих товаров и для импульсивных покупок (не подходит для дорогой продукции) [2].

На основе вышеперечисленного можно сделать вывод, что тизерная реклама, в большей степени, направлена лишь на любопытных пользователей. Она заманивает необычной, интригующей картинкой, которая сопровождается не менее интересовавающим текстом.

Также, маркетологами было выявлено, что за счет дешевизны тизерной рекламы в последнее время стали все чаще продвигать товар «незаконный» или опасный. Рекламируется казино, сайты для взрослых (что не стоило бы видеть детям), медицинские препараты, лекарства и мн. др. Все это наталкивает пользователей на мысль, что им пытаются «втлукать» товар сомнительного качества, что ведет к недоверию со стороны покупателей.

Таким образом, при ведении рекламной компании не стоит

надеется только на тизерную рекламу и вкладывать в нее весь бюджет. Данный вид рекламы обязан лишь как вспомогательный инструмент продвижения. Он привлекает, заинтересовывает, однако не обещает привезти преданных клиентов. Показатели заинтересованности будут не совпадать с действительностью и «сбивать с толку».

ЛИТЕРАТУРА

1. Рекламная платформа и баннерная сеть для рекламодателей: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://adbutton.net/ru>. – Дата обращения: 28.01.2023.
2. Единая платформа для маркетинга и продаж: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sendpulse.by>. – Дата обращения: 28.01.2023.

УДК 338.15:339.9

ОБЩИЕ МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

Декхонов У. А. – магистрант

Научный руководитель – **Ганчар А. И.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Для формирования эффективной системы таможенно-тарифного регулирования, направленной на стимулирование конкурентоспособного производства, стимулирование экспорта продукции с высокой добавленной стоимостью и обеспечение внутреннего рынка качественными потребительскими товарами, в Республике Узбекистан необходимо: усилить регулирующую функцию таможни в соответствии с приоритетами развития отраслей экономики, нацеленных на гармоничную интеграцию в глобальную цепочку создания добавленной стоимости; совершенствовать систему таможенного регулирования внешнеэкономической деятельности в соответствии с передовым международным опытом, принципами и стандартами; создать условия для обеспечения отечественных производителей сырьем и расходными материалами, которые не производятся внутри страны или производятся в недостаточном количестве и используются при производстве продукции на экспорт [1].

В отношении мер государственной поддержки организаций, занимающихся сельскохозяйственным производством, предлагаются следующие меры: оптимизация механизмов льготного финансирования, помощь в лизинговых и страховых услугах; внедрение системы бесперебойного обеспечения органическими и неорганическими удобрениями,

средствами защиты растений от вредителей и болезней, горюче-смазочными материалами, водой, другими необходимыми ресурсами, а также семенами и саженцами сортов, необходимых для выращивания сельскохозяйственной продукции; создание условий для наличия дорог, электричества, воды и ирригационных сооружений; предоставление достоверной информации о спросе и предложении сельскохозяйственной продукции на внутреннем и внешнем рынках, а также научно-практических советов и рекомендаций по выращиванию сельскохозяйственных культур; выделение специальных торговых мест на рынках и в торговых центрах для продажи выращенной на ферме продукции, а также создание условий для организации выездных продаж в густонаселенных районах; внедрение системы стимулов для экспорта сельскохозяйственной продукции; реализация мер по стимулированию и поддержке производства, хранения и переработки сельскохозяйственной продукции фермерами, увеличению ее количества, внедрению передовых научных разработок и технологий.

Министерство сельского хозяйства Республики Узбекистан должно заниматься подготовкой рекомендаций по внедрению агротехнических мероприятий и эффективности осуществления сельскохозяйственного производства с учетом земельной площади хозяйств, почвенно-климатических условий, водоснабжения и т. д., а также обеспечить их бесплатное использование. Оказание помощи сельскохозяйственным организациям по внедрении ресурсосберегающих сельскохозяйственных технологий и альтернативных источников энергии для производства, переработки и хранения сельскохозяйственной продукции должно стать обыденным. Именно на Министерство сельского хозяйства должны быть возложены обязанности по проведению маркетинговых исследований спроса и предложения сельскохозяйственной продукции в стране и за рубежом, на основе результатов которых подготавливались бы предложения и рекомендации по перечню и количеству сельскохозяйственной продукции и обеспечение их доведения до регионов.

Исполнительная власть на местах должна обеспечивать необходимые условия и поддержку организации эффективного использования земельных участков дехканских хозяйств. Работать с указанным хозяйствами над привлечением экспортеров путем оказания всесторонней поддержки экспорта сельскохозяйственной продукции. Участие в реализации национальной программы по развитию дехканских ферм априори. Разработка, утверждение и реализация региональных программ развития сельского хозяйства, оказание практической помощи в улучшении материально-технического обеспечения хозяйств, поставка необходимых семян, саженцев и минеральных удобрений – все это является

непременным условием функционирования органов местной власти на местах, от активности которой зависят предложения, указанные для Министерства сельского хозяйства Республики Узбекистан.

ЛИТЕРАТУРА

1. О мерах по дальнейшему упорядочению внешнеэкономической деятельности и совершенствованию системы таможенно-тарифного регулирования Республики Узбекистан // Постановление Президента Республики Узбекистан, от 29.06.2018 г. № ПП-3818 / LexUZon-line [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lex.uz/docs/3802366>. – Дата доступа: 25.10.2022.

УДК 338.15:339.9

ОРГАНИЗАЦИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

Декхонов У. А. – магистрант

Научный руководитель – Ганчар А. И.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Отношения, связанные с осуществлением внешнеэкономической деятельности, регулируются Законом Республики Узбекистан «О внешнеэкономической деятельности». Основными ее принципами являются: свобода и экономическая самостоятельность субъектов внешнеэкономической деятельности; равенство субъектов внешнеэкономической деятельности; недопущение дискриминации при осуществлении торгово-экономических отношений; взаимная выгодность при осуществлении внешнеэкономической деятельности; защита государством прав и законных интересов субъектов внешнеэкономической деятельности (ст. 4). Под внешнеэкономической деятельностью понимается деятельность юридических и физических лиц Республики Узбекистан, направленная на установление и развитие взаимовыгодных экономических связей с юридическими и физическими лицами иностранных государств, а также международными организациями (ст. 3).

В соответствии со ст. 11 под внешнеэкономической деятельностью понимается предпринимательская деятельность в области международной торговли товарами, работами (услугами). Экспортом товаров является вывоз товаров с таможенной территории Республики Узбекистан без обязательства об их обратном ввозе, если иное не предусмотрено законодательством. Импортом товаров является ввоз товаров на таможенную территорию Республики Узбекистан без обязательства об их обратном вывозе. Перечень отдельных видов товаров, экспорт и импорт

которых подлежит лицензированию и квотированию, а также порядок выдачи лицензий и распределения квот определяются Кабинетом Министров Республики Узбекистан (ст. 21) [1].

При Министерстве инвестиций и внешней торговли Республики Узбекистан функционирует Информационный центр по упрощению процедур торговли [2]. Страной определены главные направления осуществления внешнего сотрудничества: Страны Центральной Азии (Туркменистан, Казахстан, Таджикистан, Кыргызская Республика) и СНГ, страны Азии, страны Европы и Америки, Индия, Турция, Корея, Япония, КНР (является наиболее приоритетной страной).

В Республике Узбекистан ставки ввозных таможенных пошлин установлены постановлением Президента Республики Узбекистан от 29 июня 2018 г. № ПП-3818 «О мерах по дальнейшей рационализации внешнеэкономической деятельности и совершенствованию системы таможенного дела и таможенного регулирования Республики Узбекистан». С 1 сентября 2018 г. пограничными таможенными органами установлен порядок проведения ветеринарного, фитосанитарного, экологического и санитарно-эпидемиологического контроля при осуществлении таможенного контроля (ст. 3); с 1 августа 2020 г. отдельные виды ввозимых потребительских товаров (за исключением товаров без потребительской упаковки) по перечню, утвержденному Кабинетом Министров Республики Узбекистан, изготовитель обязан поставлять эти товары на национальном языке (узбекский алфавит на основе латинского алфавита); выдача сертификата соответствия запрещена, за исключением случаев, предусмотренных законодательством [4].

В соответствии с Договором о зоне свободной торговли от 18 октября 2011 г., Протоколом от 31 мая 2013 г. о применении между Сторонами Договора о зоне свободной торговли и Республикой Узбекистан, Соглашением от 21 января 1993 г. о торговых отношениях между Республикой Беларусь и Республикой Узбекистан во взаимной торговле в соответствии с Соглашением Республики Беларусь импортные пошлины не применяются. Кроме того, ст. 29 «Закона о внешнеэкономической деятельности» предусматривает, что Республика Узбекистан может заключать международные договоры о свободной торговле с иностранными государствами, отменять таможенные пошлины, налоги, сборы, имеющие эквивалентное действие, количественные ограничения на импорт и экспорт товаров, устранять иные препятствия для свободного перемещения товаров [1].

ЛИТЕРАТУРА

1. О внешнеэкономической деятельности (новая редакция) // Законодательная палата Олий Мажлиса Республики Узбекистан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://parliament.gov.uz/ru/laws/adopted/81/3148/>. – Дата доступа: 25.10.2022.

2. Информационный центр по упрощению процедур торговли // Министерство инвестиций и внешней торговли Республики Узбекистан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mift.uz/ru/information>. – Дата доступа: 25.10.2022.
3. Структура центрального аппарата Министерства инвестиций и внешней торговли Республики Узбекистан // Министерство инвестиций и внешней торговли Республики Узбекистан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mift.uz/ru/central>. – Дата доступа: 25.10.2022.
4. О мерах по дальнейшему упорядочению внешнеэкономической деятельности и совершенствованию системы таможенно-тарифного регулирования Республики Узбекистан // Постановление Президента Республики Узбекистан, от 29.06.2018 г. № ПП-3818 / LexUZon-line [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lex.uz/docs/3802366>. – Дата доступа: 25.10.2022.

УДК 631.1:637.1(476.6)

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОКА В СУП «МИЛКАГРО» БЕРЕСТОВИЦКОГО РАЙОНА ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Дешко А. А. – студент

Научный руководитель – **Чергейко О. А.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Молочное животноводство в СУП «МилкАгро» является важнейшей отраслью сельскохозяйственного производства.

Эффективность сложившейся организации технологии производства молока можно оценить при помощи различных показателей.

Таблица – Динамика показателей эффективности производства молока

Показатели	Годы				2021 к 2018, %
	2018	2019	2020	2021	
Товарная продукция, т	5476	5807	6598	7096	129,6
Уровень товарности, %	96,2	95,6	95,8	95,8	-0,4 п. п.
Затраты корма на 1 ц, т к. ед.	0,83	0,83	0,80	0,85	102,4
Затраты труда на 1 ц, чел.-ч	1,18	0,97	0,64	0,62	52,5
Себестоимость 1 ц продукции, руб.	43,2	48,6	56,1	60,6	140,3
Себестоимость 1 ц реализации. продукции, руб.	50,9	56,3	64,5	64,7	127,1
Цена 1 ц, руб.	68,3	73,9	84,6	95,0	139,1
Прибыль на 1 гол., руб.	1226,5	1312,3	1608,5	2548,0	207,7
Прибыль на 1 ц реализации продукции, руб.	17,4	17,6	20,1	30,3	174,1
Рентабельность, %	34,2	31,2	31,2	46,8	12,6 п. п.

Согласно данным таблицы, товарная продукция в 2021 г. составила 7096 т при уровне товарности в 95,8 %, что ниже уровня 2018 г. на 0,4 п. п. Снижение уровня товарности связано с увеличением численность поголовья скота, которое следует восполнять за счет

воспроизводства стада и увеличения численность выпойки телят.

На предприятии увеличивается себестоимость производства 1 ц молока, которая повысилась с уровня 43,2 руб. в 2018 г. до 60,6 руб. в 2021 г.

Полная себестоимость 1 ц реализованного молока увеличилась с 2018 г. до 2021 г. на 27,1 % и составила 64,7 руб. за 1 ц. Цена реализации 1 ц молока имеет рост в 39,1 % за 4 года, т. е. с 68,3 до 95,0 руб./ц. Прибыль от реализации молока выросла в среднем на 74,1 % с 2018 г. и составляет 30,3 руб./ц. В расчете на 1 гол. молочного скота прибыль от реализации продукции выросла больше чем в два раза за исследуемый период (с 1226,5 до 2548,0 руб.).

Уровень рентабельности в 2021 г. увеличился по сравнению с 2018 г. на 12,6 п. п. и составил 46,8 %. В 2019 г. и 2020 г. значение данного показателя находилось на одном уровне 31,2 %.

УДК 637.1(476.6)

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА В СУП «МИЛКАГРО» БЕРЕСТОВИЦКОГО РАЙОНА ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Дешко А. А. – студент

Научный руководитель – **Чергейко О. А.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

СУП «МилкАгро» уделяет большее внимание молочному скотоводству, доля которого в структуре выручки в среднем за 2019-2021 гг. составила 60,3 %. С учетом полученной прибыли в 2148 тыс. руб. в 2021 г., оценка уровня организации производства молока на предприятии является актуальной.

Рассмотрим динамику основных показателей производства молока в СУП «МилкАгро».

Таблица – Динамика основных показателей производства молока

Показатели	Годы				2021 г. к 2018 г., %
	2018	2019	2020	2021	
Среднегодовое поголовье коров, гол.	777	778	825	843	108,5
Поголовье на конец года, гол.	777	781	822	852	109,7
Среднегодовой удой от 1 коровы, кг	7328	7811	8344	8788	119,9
Валовая продукция, т	5694	6077	6884	7408	130,1

Согласно анализу данных таблицы, поголовье коров в 2018-2021 гг. из года в год увеличивалось. К концу 2021 г. поголовье

выросло до 852 гол. Темп роста показателя – 109,7 %. Среднегодовой удой молока от одной коровы имеет рост 119,9 %. В 2021 г. значение данного показателя увеличилось на 1460 кг, по сравнению с 2018 г., и составило 8788 кг. Количество валовой продукции молока также имеет тенденцию увеличения за исследуемый период. В 2021 г. получено молока на 30,1 % больше по сравнению с 2018 г.

В СУП «МилкАгро» в последние годы реализуют молоко сортом «экстра» 100 % на ОАО «Молочный Мир» г. Гродно. Благодаря комплексному выполнению мероприятий (различных служб), строгому соблюдению всех технологических процессов предприятие получает молочное сырье высокого качества.

УДК 631.14 (476)

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Довста Д. В. – студент

Научный руководитель – Дешко И. А.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Специализация – это обособление и сосредоточение производства однородной технологически-родственной продукции в определенных отраслях на предприятии и внутри предприятия. Специализация сельскохозяйственного предприятия заключается в выделении главной отрасли и создании условий для ее преимущественного развития. Она характеризует производственное направление и определяет отраслевую структуру хозяйства.

Специализация сельскохозяйственного производства развивается под воздействием двух тенденций: с одной стороны, углубление общественного разделения труда содействует более узкой специализации, а с другой – особенности сельскохозяйственного производства (сезонность, особая роль земли и тесная связь растениеводства и животноводства) вызывают необходимость развития многоотраслевых предприятий.

Показателем, позволяющим оценить специализацию, является коэффициент специализации. Он рассчитывается по формуле:

$$K_c = \frac{100}{\sum U m_i (2i - 1)},$$

$U m$ – удельный вес m -го вида товарной продукции в общем объеме;

i – порядковый номер вида товарной продукции в ранжированном

ряду, начиная с наивысшего.

Коэффициент специализации менее 0,2 означает низкий уровень специализации, от 0,21 до 0,4 – средний, от 0,41 до 0,6 – высокий, выше 0,6 – очень высокий уровень специализации. У моноотраслевых предприятий, которые производят только один вид товарной продукции, коэффициент специализации равен единице.

Экономическое значение рациональной специализации сельскохозяйственного производства состоит в том, что она создает условия для более эффективного использования главного средства производства – земли. Увеличение на этой основе количества и улучшения качества продукции растениеводства и животноводства является главной задачей сельского хозяйства. Специализация открывает широкие возможности для дальнейшего улучшения использования трудовых ресурсов села, существенно меняет профессиональную структуру работников растениеводства и животноводства, повышает квалификацию и специализацию кадров, что в итоге способствует повышению производительности сельскохозяйственного труда [1].

Экономическая эффективность специализации и сочетания отраслей в сельском хозяйстве характеризуется системой показателей, основными из которых являются: стоимость валовой и товарной продукции в расчете на 100 га сельскохозяйственных угодий, на 1 работника, выход зерна на 100 га пашни, мяса и молока на 100 га сельскохозяйственных угодий; рентабельность производства продукции.

В целом специализация является решающим условием повышения эффективности использования капитальных вложений и основных средств, внедрения в производство достижений научно-технического прогресса и передового опыта, а также интенсивных технологий. При углублении специализации достигается снижение издержек в расчете на единицу продукции и повышение рентабельности хозяйствования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Специализация в сельском хозяйстве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studme.org/287790/ekonomika/spetsializatsiya_selskom_hozyaystve. – Дата доступа: 29.01.2023.

УДК 631.158:331.522.4(476)

ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Довста Д. В. – студент

Научный руководитель – **Дешко И. А.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

К трудовым ресурсам относится та часть трудоспособного населения, которая владеет необходимыми физическими данными, знаниями и трудовыми навыками в соответствующей отрасли. Формирование трудовых ресурсов и их использование в разных отраслях экономики имеют свои особенности. В сельском хозяйстве с развитием производственных сил, научно-технического прогресса сокращается численность работников, занятых непосредственно производством продукции. В их использовании наблюдается сезонность и тесная связь с природно-климатическими условиями.

Достаточная обеспеченность сельскохозяйственного предприятия необходимыми трудовыми ресурсами, их рациональное использование, высокий уровень производительности труда имеет большое значение для увеличения объема производства продукции и повышение эффективности производства. Основные задачи анализа трудовых ресурсов:

- изучение и оценка обеспеченности предприятия и его структурных подразделений трудовыми ресурсами в целом, а также по категориям и профессиям;
- определения и изучение показателей текучести трудовых ресурсов;
- анализ данных об использовании трудовых ресурсов;
- выявление резервов трудовых ресурсов, более полного и эффективного их использования [1].

Полноту использования трудовых ресурсов можно оценить по количеству отработанных дней и часов одним работником за анализируемый период времени, а также по степени использования фонда рабочего времени. Такой анализ проводится по каждой категории работников, каждому производственному подразделению и в целом по предприятию.

Сезонность труда в сельском хозяйстве полностью преодолеть невозможно; но опыт работы многих предприятий показывает, что вполне реально свести ее к минимуму. Практика выработала разнообразные пути смягчения сезонности использования рабочей силы в отраслях АПК, среди которых можно выделить следующие:

- 1) сочетание в хозяйстве сельскохозяйственных культур и сортов с

разными сроками выращивания, а также отраслей, способствующих выравниванию затрат труда. Например, выращивание ранних, средних и поздних сортов овощных культур позволяет более равномерно использовать рабочую силу во время посева (посадки) и уборки овощей;

2) развитие подсобных промыслов в сельскохозяйственных предприятиях; это позволяет занять в зимний период работников сельского хозяйства;

3) организация переработки и длительного хранения сельскохозяйственной продукции в местах ее производства, т. е. развития агропромышленной интеграции.

Уменьшение сезонности труда в отраслях АПК позволяет при минимальном количестве занятых производить в течение года больше продукции.

К особенностям использования трудовых ресурсов в сельском хозяйстве относится также необходимость совмещения работниками нескольких трудовых функций, что вызвано многообразием работ и короткими сроками их исполнения; необходимость работать не только в общественном, но и в личном подсобном хозяйстве; зависимость результатов труда от природных условий. Кроме того, использование в качестве средств производства растений и животных обуславливает специфические формы кооперации и разделения труда в отрасли [2].

ЛИТЕРАТУРА

1. Экономика предприятий и отраслей АПК: учебник / П. В. Лещиловский [и др.]; под ред. П. В. Лещиловский, В. С. Тонковича, А. В. Мозоля. – 2 изд.; перераб. и доп. – Минск: БГЭУ, 2007. – 574 с.
2. Понятие и состав трудовых ресурсов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://agroekonomika.ru/>. – Дата доступа: 27.01.2023.

УДК 330.88

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИЙ НА ПТИЦЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩУЮ ОТРАСЛЬ АПК

Дорофеев А. О. – студент

Научный руководитель – **Климова Ю. Е.**

УО «Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий»

Могилев, Республика Беларусь

Инновации сопровождают человечество со времен изобретения колеса. Если изучить причины появления инноваций, то выделяют две группы. Первая – ответ на глобальные вызовы: изменение климата,

решение сложных транспортных задач, желание жить дольше или военные действия. Вторая группа причин связана с попыткой оптимизации процессов. Считается, что инновации рождаются у ленивых людей, когда не хочется проходить лишнее расстояние. Сейчас инновации рассматриваются как драйвер экономического роста. По оценкам ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития), до 2030 года два фактора будут определять конкурентоспособность экономик: технологические инновации и качество человеческого капитала.

Йозеф Шумпетер, классик теории инноваций в начале XX века выдвинул гипотезу, в которой говорилось, что инновационно активными компаниями могут быть только крупные игроки, поскольку инновации связаны с высоким уровнем риска и большими расходами. После, в середине прошлого века, начались исследования, целью которых являлось выявление взаимосвязи между экономическим ростом и конкурентоспособностью компаний с постоянными инвестициями в НИОКР. Нобелевская премия 2018 года, присужденная Полу Ромеру, говорит о том, что инновации связаны с экономическим ростом.

Птицеперерабатывающая, как и любая другая, отрасль АПК является не только трудоемкой, но и наукоемкой. Доминирующим игроком на рынке производства птицы в Республике Беларусь является группа компаний «Серволюкс», основанная в 1999 году.

Компания стала успешна не только благодаря чуткому руководству, но и благодаря постоянным научно-исследовательским разработкам и внедрению инноваций как в технической, так и в организационно-управленческой сферах. Компания начала свою деятельность в сфере НИОКР с ранних этапов существования. На данный момент за новшества, разработки и инновации отвечают Серволюкс-Генетик и собственный научно-инновационный инжиниринговый центр.

Одним из наиболее успешных новшеств стало введение бизнес-модели по принципу замкнутого цикла, что требовало больших капитальных вложений, однако сейчас компания практически не зависит от внешнеэкономических факторов. Примером целесообразности подобной организации послужат результаты деятельности ООО «СЕРВОЛЮКС НУТРИШН», которая в период кризиса с 2019 по 2022 гг. увеличила сумму чистых активов с 6,71 млн. руб. до 14,867 млн. руб. соответственно.

Также на предприятии проведен сертификационный аудит (1-я и 2-я ступень) систем менеджмента на соответствие требованиям международных стандартов ISO 14001:2009, OHSAS 18001:2007 FSSC 22000:2013 (первое птицеперерабатывающее предприятие на территории Республики Беларусь). По результатам сертификационного

аудита принято решение о выдаче сертификата на системы менеджмента в международной системе добровольной сертификации TÜV International Certification. Благодаря подобным мероприятиям развивается кадровый потенциал организации, а также открывается возможность обмена опытом управления с лучшими зарубежными предприятиями отрасли для менеджмента.

Таким образом, можно сделать вывод, что инновации имеют существенное влияние на агропромышленный комплекс, как и на любую другую сферу экономики. При этом АПК Республики Беларусь имеет множество возможностей для разработок и внедрения их в производство, поскольку государство поддерживает подобные инициативы как прямыми финансовыми вложениями, так и постоянными тендерами, конкурсами и стимулированием ведения научной деятельности на базе университетов и колледжей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сурин, А. В. Инновационный менеджмент: учебник / А. В. Сурин, О. П. Молчанова. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 368 с. – (Учебники факультета государственного управления МГУ им. М. В. Ломоносова).
2. Новостной экономический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pticainfo.ru/news/odin-iz-liderov-belarusi-po-proizvodstvu-myasa-ptitsy-podnyal-vyruchku-na-45/>. – Дата доступа: 06.02.2023.
3. Официальный сайт Серволукс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://servolux.com/>. – Дата доступа: 06.02.2023.

УДК 336.662

ДИНАМИКА ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА ИЗМЕНЕНИЕ СООТНОШЕНИЯ КРЕДИТОРСКОЙ И ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ В ОРГАНИЗАЦИИ АПК

Древило К. Н. – студент

Научный руководитель – **Гайдуков А. А.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»
г. Горки, Республика Беларусь

Осуществляя свою производственно-хозяйственную деятельность, организации вступают в расчетные взаимоотношения с другими предприятиями, организациями и лицами. Следовательно, важное значение приобретает изучение и поиск путей совершенствования учета расчетов, а также анализа расчетной дисциплины [1].

Одним из показателей, характеризующих расчетные взаимоотношения, является соотношение кредиторской и дебиторской задолженности. Традиционно в организациях АПК республики сумма кредиторской

задолженности значительно превышает дебиторскую. Очевидно, что на данное соотношение оказывает влияние изменение как одной задолженности, так и другой. При этом важное значение, на наш взгляд, имеет количественное выражение данного влияния не только за один период, но и динамика такой взаимосвязи.

Цель работы – провести анализ динамики соотношения дебиторской и кредиторской задолженности по организации АПК Горецкого района Могилевской области и определить количественное выражение влияния на показатель отдельных факторов.

В процессе анализа использованы данные годовой бухгалтерской отчетности Республиканского унитарного предприятия «Учебно-опытное хозяйство «Белорусской государственной сельскохозяйственной академии» (далее РУП «Учхоз БГСХА») Горецкого района Могилевской области за 2016-2021 гг. В качестве основного метода исследования использован детерминированный факторный анализ [2].

При рассмотрении изменения в динамике кредиторской и дебиторской задолженности организации можно отметить колеблемость данных показателей в исследуемом периоде (таблица). Так, сумма кредиторской задолженности в организации значительно уменьшилась в 2017 г. Далее наблюдается последовательный рост показателя. Рост дебиторской задолженности происходит до 2019 г. В 2021 г., по сравнению с 2019 г., в РУП Учхоз БГСХА» сумма дебиторской задолженности снизилась на 1198 тыс. руб.

Таблица – Данные по краткосрочной кредиторской и дебиторской задолженности РУП «Учхоз БГСХА» за 2016-2021 гг.

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Краткосрочная кредиторская задолженность, тыс. руб.	2010	1671	1771	1937	1967	3536
Краткосрочная дебиторская задолженность, тыс. руб.	1114	2435	2727	3527	2522	2329
Соотношение краткосрочной кредиторской и дебиторской задолженности	1,80	0,67	0,65	0,55	0,78	1,52

Указанные тенденции обусловили значительное изменение соотношения кредиторской и дебиторской задолженности. Наибольшее значение показателя наблюдается в 2016 г. Последовательное снижение происходит вплоть до 2019 г. В 2021 г., по сравнению с 2019 г., коэффициент соотношения кредиторской и дебиторской задолженности увеличился на 0,97.

На следующем этапе анализа определено количественное влияние основных факторов на изменение соотношения кредиторской и дебиторской задолженности за периоды с 2016 г. по 2021 г. Для этого

использована следующая факторная модель:

$$K = \frac{KЗ}{ДЗ},$$

где К – коэффициент соотношения; КЗ – сумма кредиторской задолженности, тыс. руб.; ДЗ – сумма дебиторской задолженности, тыс. руб.

В 2017 г., по сравнению с 2016 г., за счет изменения суммы кредиторской задолженности в организации коэффициент соотношения снизился на 0,30. Изменение суммы дебиторской задолженности вызвало уменьшение коэффициента на 0,83. За все последующие периоды изменение кредиторской задолженности вызывало рост соотношения. Наибольший из них (0,62) наблюдался в 2021 г. Сумма дебиторской задолженности в 2020 и 2021 гг. вызывала прирост коэффициента соотношения.

По результатам проведенного исследования следует отметить, что в РУП «Учхоз БГСХА» снижение коэффициента соотношения кредиторской и дебиторской задолженности происходило главным образом за счет изменения задолженности перед организацией.

ЛИТЕРАТУРА

1. Желтухина, М. А. Нормативное регулирование учета расчетов с поставщиками и подрядчиками / М. А. Желтухина, С. А. Нардина // Молодой ученый. – 2015. – № 11. – С. 837-843.
2. Гайдуков, А. А. Теоретические основы бухгалтерского учета и анализа (часть 2): методические указания и задания для практических занятий / А. А. Гайдуков, В. В. Мангутова. – Горки: БГСХА, 2017. – 35 с.

УДК 631.15:633.413(476.6)

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА САХАРНОЙ СВЕКЛЫ В КСУП «МАЛЮШИЧИ» КОРЕЛИЧСКОГО РАЙОНА ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Дубень А. Н. – студент

Научный руководитель – **Чернушевич Е. И.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Свеклосахарное производство в Республике Беларусь является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей АПК страны. Устойчивое развитие данного подкомплекса зависит от эффективности производства в отдельно взятых отраслях – свекловодстве и сахарной промышленности.

В последние годы посевы сахарной свеклы в РБ размещаются на площадях 85-100 тыс. га, урожайность находится на уровне 450-520 ц/га.

В КСУП «Малюшичи» производство сахарной свеклы является наиболее прибыльной отраслью растениеводства. Проанализируем показатели экономической эффективности возделывания данной культуры в хозяйстве на основании данных, представленных в таблицах 1 и 2.

Таблица 1 – Основные показатели эффективности производства сахарной свеклы в КСУП «Малюшичи»

Показатели	Годы					2021 г. к 2017 г., %
	2017	2018	2019	2020	2021	
Валовой сбор, т	13 880	17 919	21 625	11 057	21 922	157,9
Площадь посева, га	400	300	350	350	380	95
Урожайность, ц/га	347	597,3	617,9	315,9	576,9	166,3
Произведено на 1 чел.-ч, т	1,3	3,6	7,2	2,8	3,7	289,6
Трудоемкость производства 1 т, чел.-ч	0,8	0,3	0,1	0,4	0,3	34,5
Затраты труда на 1 га, чел.-ч	27,5	16,7	8,6	11,4	15,8	57,4
Себестоимость производства 1 т, руб.	50	28	32	71	41	82,0

За анализируемый период наблюдается интенсификация свеклосахарной отрасли в хозяйстве: несмотря на сокращение посевной площади под сахарной свеклой на 20 га (на 5 %), валовой сбор корнеплодов увеличился более чем в 1,5 раза. Это было обусловлено повышением урожайности культуры с 2017 по 2021 г. почти на 230 ц/га до значения 576,9 ц/га. Под урожай сахарной свеклы 2021 г. было внесено 28 100 т органических и 133 т действующего вещества минеральных удобрений.

Увеличение урожайности является одним из главных факторов повышения устойчивости свеклосахарного производства. Достижению высокого уровня урожайности сахарной свеклы способствует своевременное выполнение всего комплекса технологических операций, соблюдение агротехнических правил ее выращивания с учетом почвенно-климатических условий.

По результатам проведенной группировки 83 свеклосеющих предприятий Гродненской области по урожайности сахарной свеклы за 2021 г. КСУП «Малюшичи» заняло 55 место в рейтинге и попало во вторую (среднюю) группу совокупности хозяйств с урожайностью культуры в диапазоне 469-749 ц/га. Предприятие располагает резервами повышения урожайности сахарной свеклы.

Внедрение новых технологических приемов ухода за посевами и уборки корнеплодов и механизация основных технологических процессов в хозяйстве привели к снижению трудоемкости производства

сахарной свеклы на 0,5 чел.-ч/т и, соответственно, росту производительности труда почти в 2,9 раза. Это свидетельствуют о повышении эффективности использования трудовых ресурсов в отрасли. Прямые затраты труда в расчете на 1 га сократились на 42,6 %, а себестоимость производства 1 т – на 18 % до 41 руб./т.

Таблица 2 – Показатели экономической эффективности реализации сахарной свеклы в КСУП «Малюшичи»

Показатели	Годы					2021 г. к 2017 г., %
	2017	2018	2019	2020	2021	
Товарная продукция, т	13 880	17 919	21 625	11 057	21 922	157,9
Уровень товарности, %	100	100	100	100	100	-
Прибыль на 1га, руб.	565	1423,3	1645,7	-422,9	1444,7	255,7
Прибыль на 1 т, руб.	16,3	23,8	26,6	-13,4	25	153,8
Полная себестоимость 1 т, руб.	58,6	35,4	39,2	78,2	50,1	85,5
Цена реализации 1 т, руб.	74,9	59,2	65,8	64,8	75,2	100,3
Уровень рентабельности, %	27,8	67,4	67,9	-17,1	50	+22,2 п. п.

Вся произведенная предприятием продукция реализуется на ОАО «Городейский сахарный комбинат». Общий объем реализации корнеплодов сахарной свеклы составил в 2021 г. 21 922 т, что на 10 865 т больше, чем в 2020 г., и почти в 1,6 раза превышает уровень 2017 г. Выручка при этом составила 1648 тыс. руб., прибыль – 549 тыс. руб., а рентабельность – почти 50 %. Производство сахарной свеклы обеспечивало хозяйству получение прибыли и высокий уровень рентабельности на протяжении практически всего исследуемого периода (за исключением 2020 г.). Наиболее рентабельным свеклосахарное производство было в 2018 и 2019 гг. (свыше 67 %), в эти же годы наблюдалась наиболее высокая урожайность культуры.

В целом для дальнейшего повышения свеклосахарного производства в исследуемом предприятии необходимо внедрение достижений научно-технического прогресса, передовых форм хозяйствования и управления производством.

ЛИТЕРАТУРА

1. Годовые отчеты КСУП «Малюшичи» Кореличского района Гродненской области за 2017-2021 гг.

УДК 331.5:332.132

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ И ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКОВ ТРУДА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Дудко Н. В. – студент

Научный руководитель – Чергейко О. А.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Региональный рынок труда – это сфера взаимодействия продавцов и покупателей рабочей силы на определенной территории, в ходе которой формируется спрос и предложение на работников разных специальностей и профессий. Успешное функционирование регионального рынка труда возможно при достаточном количестве качественной рабочей силы. Насыщенность региона трудовыми ресурсами и их рациональное использование имеют большое значение для эффективной деятельности предприятий. Рынок труда является важнейшим элементом системы региональных рынков, обеспечивающим субъектов хозяйствования рабочей силой. Региональный рынок труда характеризуется многими специфическими чертами и характеристиками, среди которых весьма значительной является его региональная неоднородность.

Он функционирует как важная социально-экономическая территориальная единица, деятельность которой позволяет измерять и оптимизировать спрос и предложение, применительно к услугам труда в пределах данного региона повышение эффективности использования человеческого капитала и степени адаптации трудоспособного населения к современным требованиям экономики, снижение асимметрии насыщенности отдельных территориальных образований рабочей силой.

На него могут влиять несколько ключевых факторов, которые могут оказывать влияние на функционирование и развитие региональных рынков труда:

- экономический – удовлетворение потребностей регионов в трудовых ресурсах в разрезе вакантных рабочих мест следует реализовывать на основе межрегионального и межотраслевого балансов труда;

- демографический – низкая динамика численности населения должна нивелироваться интенсивной квалификационно-образовательной подготовкой кадров;

- социально-психологический – создание условий доступности образования, мотивация трудовой миграции, необходимый уровень и качество жизни могут быть обеспечены за счет расширения объема общественных благ;

- образовательный – подготовка специалистов по востребованным

вакансиям в профессионально-квалификационном контексте должна быть научно обоснованной;

– инвестиционный – вложение средств для создания дополнительных рабочих мест, уровня их обеспеченности и развитие качества социальной инфраструктуры должны основываться на региональном, национальном и международном инвестиционном потенциале.

Рынок труда является важным элементом экономической системы любой страны, он распределяет рабочую силу по отраслям, секторам, профессиям, квалификации, территории в соответствии с объемом и структурой спроса на нее. Данный рынок чаще всего является достаточно точным индикатором социального положения населения той или иной страны, что вызывает потребность в его глубоком изучении с целью формирования адекватной экономической политики на различных уровнях национальной экономики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Рынок труда: структура и виды [Электронный ресурс] // Казанский федеральный университет. – Режим доступа: https://kpfu.ru/docs/F1823524334/2_shig_kurs.pdf. – Дата доступа: 15.01.2023.
2. Есина, Ю. Л. Региональный рынок труда: состояние и перспективы развития / Ю. Л. Есина // Экономика труда. – 2019. – Т. 6, № 2.
3. Исаков, К. О некоторых тенденциях на рынке труда в странах с переходной экономикой / К. Исаков // Отдел кадров. – 2006. – № 6. – С. 28-34.
4. Кобяк, О. Г. Рынок труда Беларуси и механизмы его регулирования / О. Г. Кобяк // Финансы. Учет. Аудит. – 2009. – № 11. – С. 11-15.
5. Котшер, З. А. Структура занятости населения в республике Беларусь: проблемы совершенствования / З. А. Котшер // Отдел кадров. – 2009. – № 3. – С. 24-29.

УДК 65.01

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Дудо М. А. – студент

Научный руководитель – Данильчик О. В.

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

В мире наблюдается стремительный рост цен и дефицит продуктов питания. В такой ситуации руководство Беларуси совместно с экспертами и учеными постоянно вырабатывает новые и эффективные решения, намечает план действий для обеспечения продовольственной безопасности страны на высоком уровне.

Основную часть средств правомерно направлять на поддержку сельскохозяйственного производства в виде дотаций за реализованную

продукцию (надбавок к закупочным ценам), дифференцировав их в зависимости от условий хозяйствования. Что позволит сельскохозяйственным организациям, наряду с повышением эффективности хозяйственной деятельности, повысить устойчивость производства.

Во-первых, это будет стимулировать рост объемов производства и реализации продукции.

Во-вторых, предлагаемый порядок позволяет сосредоточить средства в эффективно работающих хозяйствах, имеющих наибольший объем реализации продукции, удешевить за счет этого продукцию и повысить ее конкурентоспособность.

В-третьих, за счет дифференциации дотаций можно будет преодолеть хроническую убыточность выращивания КРС.

За счет государственной поддержки формируется более трети совокупных доходов предприятий АПК

Рыночное развитие экономики Беларуси и ее аграрной сферы требует построения адекватной системы государственного экономического регулирования, призванной предотвращать и сглаживать специфические несовершенства аграрного рынка. Не создав экономических рычагов регулирования, отечественный АПК несет серьезные экономические потери.

Экспортная направленность агропромышленного производства и успехи в развитии отдельных направлений зарубежных поставок способствуют росту внешнеторгового оборота продукции сельскохозяйственного происхождения, который увеличивается из года в год [1].

В то же время несмотря на положительную динамику, во внешне-торговой деятельности сохраняются проблемы. К негативным тенденциям в этой сфере относится и то, что в структуре экспорта преобладает продукция животноводства, на растениеводство приходится менее 20 %. В импорте, наоборот, продукция растительного происхождения составляет около 65 % [2]. В данной связи важно стимулировать экспортные поставки продукции растениеводческого происхождения.

Делая ставку в экспорте на один вид продукции или на продукцию одной отрасли, страна рискует попасть в серьезную зависимость как от конъюнктуры рынка, так, как ни странно, и от импортера [1]. Это необходимо иметь в виду, наращивая экспортный потенциал сельскохозяйственной продукции, в частности молока.

Не менее значимый вопрос – формирование и совершенствование рынка картофеля и замещение импорта картофелепродуктов. С ориентацией на экспорт необходимо развивать и другие отрасли растениеводства, в особенности такие, как овощеводство и плодоводство.

В современных условиях недостаточной устойчивости

агропромышленного производства и нестабильности продовольственного рынка немаловажное значение имеет расширение спектра реализуемых товаров и оказания услуг, что позволяет упредить производственные риски или снизить их негативное влияние.

Таким образом, необходимо реализовать комплекс мер, связанных с техническим и технологическим перевооружением сельского хозяйства, укреплением производственного потенциала, интенсификацией растениеводства и животноводства за счет внедрения энергосберегающих технологий и соответствующей сельскохозяйственной техники, а также социально-экономических преобразований на селе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кивейша, Е. АПК: путь к стабильному развитию / Е. Кивейша // Финансы, учет, аудит. – 2002. – № 9(1). – С. 27-30.
2. Сайт Министерства статистики и анализа Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.belstat.gov.by. – Дата доступа: 06.02.2023.
3. Шимов, В. Н. Национальная экономика Беларуси: Потенциалы. Хозяйственные комплексы. Направления развития. Механизмы управления: учеб. пособие / В. Н. Шимов, Я. М. Александрович, А. В. Богданович; под общ. ред. В. Н. Шимова. – Мн.: БГЭУ, 2005. – 844 с.

УДК 338.43:631.55

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ РОСТА УРОЖАЙНОСТИ

Дудогло Н. Н. – студент

Научный руководитель – Пармакли Д. М.

Комратский государственный университет

г. Комрат, Республика Молдова

В условиях рискованного земледелия автономно-территориального образования (АТО) Гагаузии использование земельных ресурсов во времени имеет неустойчивый характер. В связи с этим валовые сборы и урожайность сельскохозяйственных культур носят циклический характер с характерными спадами и подъемами [1]. Вот почему на предприятиях важно проводить анализы итогов деятельности в динамике за 5 и более лет.

В качестве примера рассмотрим динамику урожайности пшеницы, подсолнечника и винограда в автономии за последние 10 лет. Показатели представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели урожайности пшеницы, кукурузы и винограда в АТО Гагаузия за 2012-2021 гг. (ц/га)

Год	Пшеница	Подсолнечник	Виноград
2012	11,7	8,3	36,2
2013	30,3	18,2	85,8
2014	31,4	17,5	66,6
2015	27,3	17,2	58,6
2016	35,2	21,8	67,7
2017	37,2	23,5	79,9
2018	30,8	21,5	92,7
2019	26,8	18,3	67,7
2020	13,9	8,5	49,0
2021	45,8	24,6	71,0
В среднем	29,9	18,5	67,9

Примечание – Источник: данные Управления с. х. АТО Гагаузия

В ходе выполнения анализа проведем расчеты темпов прироста (падения) урожайности зерна пшеницы. В абсолютном исчислении в среднем за год прирост (ΔS_{cp}) находим по формуле [2]:

$$\Delta S_{\text{cp}} = \frac{S_{\text{к}} - S_{\text{н}}}{n-1}, \quad (1)$$

где $S_{\text{к}}$ и $S_{\text{н}}$ – показатели урожайности продукции соответственно конечного и начального периода; n – число лет в исследуемом периоде.

В относительной оценке прирост оценивается согласно выражению:

$$\Delta S_{\text{cp}}^{\text{от}} = \sqrt[n-1]{\frac{S_{\text{к}}}{S_{\text{н}}}}. \quad (2)$$

Прирост урожайности пшеницы в соответствии с формулами 1:

$$\Delta S_{\text{cp}} = \frac{45,8 - 11,7}{10 - 1} = 3,8 \frac{\text{ц}}{\text{га}}$$

Рост по формуле 2 составит:

$$\Delta S_{\text{cp}}^{\text{от}} = \sqrt[9]{\frac{45,80}{11,7}} = 1,164.$$

Следовательно, в среднем за год урожайность пшеницы увеличилась на 3,8 ц/га, или на 16,4 % ($1,164 * 100 - 100$).

Аналогично находим показатели по подсолнечнику и винограду. Сводные показатели представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Показатели роста урожайности пшеницы, подсолнечника и винограда в АТО Гагаузия за 2012-2021 гг.

Показатели	Пшеница	Подсолнечник	Виноград
В среднем за год, ц/га	29,9	18,5	67,9
Среднегодовой рост, ц/га	3,8	1,81	3,87
%	16,4	12,7	7,8
Индекс роста 2021 г. к 2012 г.	3,91	2,96	1,96

Примечание – Источник: расчеты автора

Проведенные расчеты показывают, что при возделывании всех указанных культур с 2012 г. по 2021 г. был обеспечен стабильный прирост урожайности. Наиболее высокие темпы роста наблюдались при возделывании пшеницы. В среднем за год на посевах данной культуры был обеспечен рост урожайности на 16,4 %. Продуктивность полей, занятых данной культурой, возросла более чем в 3,9 раза.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дудогло, Т. Д. Управление земельным потенциалом региона: вопросы теории, методики, практики (монография) / Т. Д. Дудогло. – Комрат: Б. и., 2017 (Tipogr. «Centrografic»). – 167 с.
2. Пармакли, Д. М. Алгоритм оценки и прогнозирования экономических показателей деятельности предприятий в динамике (Учебное пособие) / Д. М. Пармакли, С. С. Кураксина. – Комратский государственный университет, Научно-исследовательский центр «Прогресс». – Комрат: Б. и., 2021 (Centrografic SRL). – 70 р.

УДК 332.3:633/635

ОЦЕНКА ЗЕМЕЛЬ БЕЛАРУСИ

Дудунова В. В. – студент

Научный руководитель – **Минина Н. Н.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Земельные ресурсы являются основным национальным богатством любого государства. Их количество и качество определяют в значительной мере потенциал развития агропромышленного комплекса Республики Беларусь, поэтому повышение эффективности использования и охраны земельных ресурсов является важным условием устойчивого социально-экономического развития страны.

Цель исследований – выполнить оценку земель Беларуси.

Использованы работы отечественных ученых, данные Национально-статистического комитета Республики Беларусь, общенаучные и частные методы исследований.

Основные причины уменьшения площади сельскохозяйственных земель в настоящее время обусловлены оптимизацией структуры землепользования, составной частью которой явилось перераспределение и вывод из оборота малопродуктивных, мелкоконтурных или заболоченных сельхозугодий и их передача в другие виды земель, в т. ч. и в лесные земли. Одним из важных факторов, сдерживающих устойчивое землепользование и ухудшающих экологическое состояние почвенного покрова, являются процессы деградации земель (водная и ветровая эрозия, минерализация осушенных торфяных почв, трансформация земель в

результате добычи полезных ископаемых и строительства, снижение плодородия сельскохозяйственных земель, радиоактивное и химическое загрязнение, выгорание осушенных торфяников и лесных земель, химическое загрязнение). Проведение землеустройства регулируется Конституцией Республики Беларусь, Кодексом Республики Беларусь о земле, Указом Президента Республики Беларусь № 667 от 27 декабря 2007 г. «Об изъятии и предоставлении земельных участков», Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 30 декабря 2011 г. № 1780 «Об утверждении Положения о порядке изменения целевого назначения земельных участков» и др.

На 1 января 2021 г. общая площадь земель Беларуси составила 20 760,9 тыс. га. Сельскохозяйственные земли занимают 9063,1 тыс. га (43,7 % земельного фонда). Наиболее крупными землепользователями в АПК являются сельскохозяйственные организации. В настоящее время насчитывается 2470 хозяйств, их общая занимаемая площадь – 8771,9 тыс. га, в т. ч. пахотных земель – 4970,1 тыс. га. Средняя площадь хозяйства – 3551,4 га, в т. ч. 2954,7 га – сельскохозяйственных земель. В Беларуси действует 3225 крестьянских (фермерских) хозяйств с общей земельной площадью 291,2 тыс. га, из них 170,6 тыс. га – пахотных земель. Средний размер крестьянского (фермерского) хозяйства – 90,3 га, в т. ч. пахотных земель – 52,9 га [2].

Пахотные земли составляют 5660,0 тыс. га (27,26 % от всей площади Беларуси), залежные земли – 3,1 тыс. га (0,01 %), земли под постоянными культурами – 100,0 тыс. га (0,48 %), луговые земли – 2520,8 тыс. га (12,14 %). Распаханность сельскохозяйственных земель – 68,33 %, под постоянными культурами – 1,21 %, под луговыми землями – 30,43 % общей площади сельскохозяйственных земель. Среди луговых земель 70,11 % составляют улучшенные. Площадь средостабильизирующих видов земель составляет на 1 января 2021 г. 11 822,3 тыс. га. Земли природного каркаса занимают 56,95 % территории Беларуси, осушенные земли – 3424,5 тыс. га (16,49 % общей площади земель), орошаемые – 30,3 тыс. га (0,15 %), площадь земель, загрязненных радионуклидами и выбывших вследствие этого из сельскохозяйственного оборота, – 248,6 тыс. га (1,2 %) [2].

Основными направлениями совершенствования земельных отношений и механизма регулирования землепользования должны стать: разработка региональных схем использования земельных ресурсов, схем и проектов землеустройства, в которых будут выявляться конфликтные в экологическом отношении земли, обоснована эколого-экономическая целесообразность, виды, объемы, объекты улучшения земель; развитие сети особо охраняемых природных территорий и

объектов, увеличение площади средостабилизирующих видов земель; формирование полного перечня возможных требований и ограничений на хозяйственное использование земель и доведение их до землепользователей [1].

Таким образом, организация рационального использования и охраны природных ресурсов, составной частью которых являются земли, сохранение и поддержание плодородия земель являются одной из основ устойчивого развития страны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Каравай, К. А. Земельные ресурсы Республики Беларусь и их эффективное использование / К. А. Каравай, А. А. Сидарович / Научный потенциал молодежи – будущему Беларуси: материалы X междунар. молодежной науч.-практ. конф. (УО «Полесский государственный университет», г. Пинск, 15 апреля 2016 г.). В 2-х ч.; М-во образования Респ. Беларусь [и др.]; редкол.: К. К. Шебеко [и др.]. – Пинск: ПолесГУ, 2016. – Ч. 2. – С. 81-83.
2. Колмыков, А. В. Современное состояние земельных ресурсов и землеустройство в Республике Беларусь / А. В. Колмыков, А. Н. Авдеев // Вестник Белорусской государственной сельскохозяйственной академии. – 2022. – № 1. – С. 168-175.

УДК 332.3:633/635

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

Дудунова В. В. – студент

Научный руководитель – Минина Н. Н.

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»
г. Горки, Республика Беларусь

Земля – это исключительный фактор производства в сельском хозяйстве. В этой отрасли экономики земля выступает как основное средство производства, используемая и в качестве предмета труда, и в качестве средства труда. В качестве предмета труда земля выступает при ее обработке, направленной на создание условий для произрастания сельскохозяйственных культур. В качестве же средства труда земля функционирует тогда, когда она через свои различные свойства воздействует на произрастающие на ней растения.

Цель исследований – охарактеризовать мероприятия по охране и улучшению использования земельных ресурсов.

Использованы работы зарубежных ученых, нормативно-правовая информация, общенаучные и частные методы исследований.

Мероприятия, способствующие более полному и эффективному использованию земли, предусматривают включение в производственное использование каждого гектара закрепленной за хозяйством земли;

недопущение ее выпадения из хозяйственного оборота; повышение экономического плодородия почв (орошение и осушение, химическая мелиорация, применение удобрений, освоение севооборотов, поверхностное и коренное улучшение лугов и пастбищ); сохранение плодородия и охрана почв: полевая защита лесоразведения, почвозащитные технологии и севообороты, система мер по борьбе с водной и ветровой эрозией; рациональное использование экономического плодородия почв: применение наиболее урожайных сортов, улучшение семеноводства, совершенствование схем размещения растений, соблюдение оптимальных сроков проведения сельскохозяйственных работ и выполнение их с высоким качеством, борьба с болезнями растений, вредителями и сорняками; организационно-экономические мероприятия (совершенствование структуры посевных площадей с учетом конъюнктуры рынка, углубление специализации, применение прогрессивных форм организации и оплаты труда, совершенствование форм хозяйствования и др.) [1].

Основные мероприятия по улучшению использования и охраны земель следующие: сохранение и улучшение земель в самом сельскохозяйственном производстве (мелиорация земель, внесение удобрений, борьба с эрозией, создание полевых защитных лесополос и т. д.); ограничение изъятия земель из сельскохозяйственного оборота под горнодобывающие предприятия, строительство водохранилищ, расширение городов, строительство дорог и т. д.; поиск и использование свободных земель, пригодных для сельскохозяйственного производства.

Система почвозащитных мероприятий базируется на совокупности агротехнических, агрохимических, агрофизических и специальных действий на основе проектов внутрихозяйственного землеустройства с противоэрозионной организацией территории. К агротехническим мероприятиям относят создание почвозащитных севооборотов, поясное размещение культур, буферных полос, гребневых террас, промежуточных и совмещенных посевов, кулис, мульчирование, противоэрозионная обработка почв. Агрохимические мероприятия предусматривают увеличение норм внесения всех видов органических, некоторых минеральных, бактериальных удобрений, мелиорирующих добавок и микроудобрений особенно на склоновых и эродированных землях, возделывание культур (однолетнего и многолетнего люпина, люцерны, клевера, кормовых бобов, горчицы белой, вики) на зеленое удобрение с заашкой зеленой массы. Агрофизические мероприятия – это обработка почвы полимерами – структурообразователями типа полиакриламида и полимерных пен с включением в состав пен простых и сложных удобрений, химическими препаратами, создающими на поверхности почвы пленки, защищающие ее от сдувания. Специальные приемы практикуют для

задержания снега и регулирования снеготаяния (валкование и полосные прикатывание и зачернение снега; задержание его с помощью кулис, щитов и др.), задержания и регулирования поверхностного стока талых и ливневых вод, снижения эрозии почв (мелиоративные мероприятия, создание защитных лесных насаждений) [2].

Таким образом, земля – важная производительная сила, без которой немислим процесс сельскохозяйственного производства, главное и незаменимое средство производства. В условиях глубоких социально-экономических преобразований, проводимых в нашей стране, одно из главных мест занимает вопрос о земле. Правильное и научно-обоснованное его решение позволит создать новые земельные отношения и повысить конкурентоспособность аграрного производства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Колобова, А. И. Основные направления повышения эффективности использования земельных ресурсов / А. И. Колобова, Т. Н. Чередова // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2005. – № 4 (20). – С. 70-75.
2. Национальный план действий по предотвращению деградации земель (включая почвы) на 2016-2020 годы: утв. Постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 361 от 29 апреля 2015 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mshp.gov.by>. – Дата доступа: 15.12.2022.

УДК 664.7:657.478(476.1)

АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНА В ОАО «КУХЧИЦЫ» МИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Дыканец М. О. – студент

Научный руководитель – **Дыканец В. П.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Себестоимость продукции является одним из наиболее важных показателей экономической эффективности сельскохозяйственного производства.

Себестоимость производства зерна за 5 лет в ОАО «Кухчицы» возросла с 2088 тыс. руб. в 2019 г. до уровня 3783 тыс. руб. в 2021 г., темп роста составил 181,1 %. В целом в структуре затрат на производство зерна основной удельный вес (от 26,5 до 35,9 %) занимают расходы на минеральные удобрения и средства защиты (рисунок). В 2021 г. затраты на минеральные удобрения и средства защиты составили 1362 тыс. руб., что на 9,4 % больше уровня 2019 г.

Немаловажное значение в структуре себестоимости занимают затраты на приобретение семян. В частности, удельный вес семян в структуре

себестоимости зерна составил в 2021 г. 4,8 %, это самый низкий процент затрат за последние 5 лет. На протяжении исследуемого периода прослеживается постоянная динамика снижения удельного веса затрат на семена в структуре себестоимости зерна. Это связано с тем, что хозяйство покупные семена заменило на семена собственного воспроизводства.

Уровень удельного веса затрат на оплату труда в разрезе сельскохозяйственных культур зависит от технологий и количества мероприятий, проводимых при производстве отдельного вида продукции: сев культуры, обработка посевов, внесение минеральных и органических удобрений, внесение средств защиты, уборка культуры, доработка продукции до товарного вида. Наибольший удельный вес затрат по оплате труда отмечен в 2020 г. и составил 19,7 %. В 2021 г. стоимость затрат на оплату труда составила 610 тыс. руб., удельный вес в структуре себестоимости – 16,1 %, темп роста уровня данной статьи в денежном выражении по отношению к 2016 г. – 118,6 %. В зависимости от того хранится урожай текущего года в специализированных хранилищах или реализовывается сразу после уборки, варьируется уровень затрат на содержание основных средств сельскохозяйственных культур. Из общего объема зерна самые высокие затраты на содержания основных средств по яровым зерновым культурам, которые в основном хранятся в специализированных амбарах и используются в течение года для кормления поголовья животных, в то время как озимые зерновые используются в качестве товарной продукции. В целом, удельный вес основных средств в структуре себестоимости зерна занимает по данным 2021 г. 17,2 %.

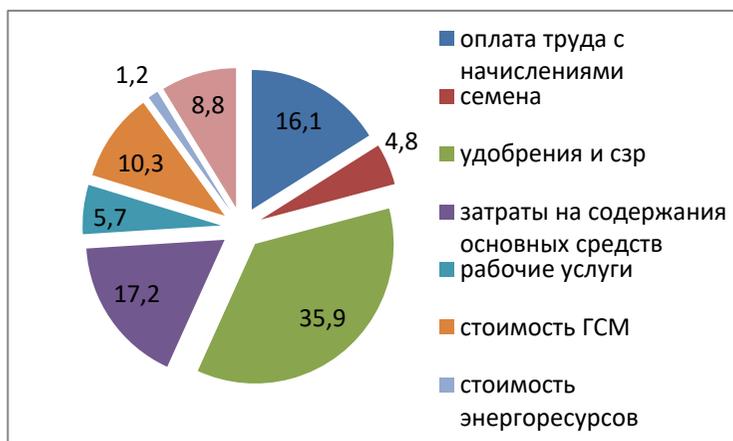


Рисунок – Состав и структура затрат производства зерна в ОАО «Кухчицы» в 2021 г.

Главными путями снижения себестоимости производства зерна в ОАО «Кухчицы» являются:

- повышение производительности труда;
- увеличение производства продукции за счет интенсификации, концентрации и специализации производства, рационального использования земли;
- использование достижений научно-технического прогресса и на этой основе – повышение технического уровня производства;
- механизация производственных процессов;
- повышение урожайности;
- совершенствование организации труда, материального стимулирования работников;
- экономное и наиболее рациональное использование материальных ресурсов.

УДК 631.15

ФАКТОРЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Дылюк Е. В. – студент

Научный руководитель – **Бельчина Е. М.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

В условиях современной экономики актуальным является разработка стратегических направлений развития субъекта хозяйствования. Особенно остро эта проблема стоит перед субъектами агробизнеса. С 2021 г. действует Государственная программа «Аграрный бизнес» на 2021-2025 гг., основными целями являются повышение конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции и продуктов питания, наращивание экспортного потенциала, развитие экологически безопасного сельского хозяйства, ориентированного на укрепление продовольственной безопасности страны, обеспечение полноценного питания и здорового образа жизни населения [1].

Основные показатели развития сельского хозяйства в Республике Беларусь за 2017-2021 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные показатели развития сельского хозяйства в Республике Беларусь за 2017-2021 гг.

Показатели	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2021 г. к 2020 г., %
Прибыль от реализации продукции, млн. руб.	779,9	526,4	620,4	798,3	1058,3	132,5
Чистая прибыль, млн. руб.	767,2	573,9	990,4	910,2	1521,5	167,1
Рентабельность реализации, %	6,9	4,3	4,6	5,3	6,1	+0,8 п. п.
Дебиторская задолженность (ДЗ), млн. руб.	670,1	985,1	1421,3	1824,4	2088,9	114,4
Кредиторская задолженность (КЗ), млн. руб.	1540,7	3145,2	5648,6	8449,0	10 561	125,0
Коэффициент соотношения задолженности (ДЗ/КЗ)	0,43	0,31	0,25	0,21	0,19	-0,02 п. п.

Примечание – составлено автором на основании [2]

Из представленных в таблице 1 данных видно, что, несмотря на намечившийся рост финансовых показателей, наблюдается сложная ситуация с расчетами в сельскохозяйственных организациях. Об этом свидетельствует рост кредиторской задолженности по сравнению с дебиторской, что является индикатором неверных подходов в формировании финансовой стратегии организации и отрицательно сказывается на всем стратегическом развитии субъектов агробизнеса.

В целом стратегию развития можно представить как комплексную модель действий организации, в которой рекомендуется выделить следующие факторы (таблица 2).

Таблица 2 – Факторы, влияющие на выбор стратегии

Фактор	Описание
Цель субъекта агробизнеса	максимизация дохода в условиях наиболее полного обеспечения спроса на сельскохозяйственную продукцию
Финансовая стратегия	выявление источников и направлений финансирования согласно структуре капитала
Использование новых технологий	цифровые технологии для мониторинга выращивания сельскохозяйственных культур, скота и изучения различных элементов сельскохозяйственного процесса; геoinформационные технологии
Ассортимент продукции	расширение ассортимента выпускаемой продукции, освоение новых рынков сбыта
Коммерческая политика субъекта агробизнеса и работа с клиентами	предоставление скидок, рассрочка платежей
Работа в новых каналах сбыта	присутствие в социальных сетях, система электронных заказов
Конкурентная стратегия	повышение качества продукции, увеличение объемов производства и реализации
Организационная структура субъекта агробизнеса	распределение полномочий и ответственности между структурными подразделениями и отдельными специалистами

Таким образом, учет представленных в таблице 2 факторов будет способствовать формированию комплексной стратегии развития субъекта агробизнеса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Государственная программа «Аграрный бизнес» на 2021-2025 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100059>. – Дата доступа: 10.12.2022.
2. Сельское хозяйство Республики Беларусь [Электронный ресурс]: статистический буклет. – Минск, 2022 – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/e12/dtcvj9pyu5zw1gjiq8devys56lc5o7tx.pdf>. – Дата доступа: 10.12.2022.

УДК 336.662

ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЯ УДЕЛЬНОГО ВЕСА ПРОСРОЧЕННОЙ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ АПК

Емельяненко П. С. – студент

Научный руководитель – **Гайдуков А. А.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

Горки, Республика Беларусь

В балансовом отчете организаций в разделе «Активы» значится позиция «Дебиторская задолженность». Это задолженность организации от предприятий, являющихся их должниками, дебиторами. Наличие дебиторской задолженности – объективная потребность хозяйственной деятельности. Без нее не обходится ни одно предприятие. Но своевременное погашение долгов наблюдается не всегда: риск невозврата сопрягает много сделок [2, 3].

Просроченная дебиторская задолженность подразумевает несвоевременное выполнение должником условий контракта по срокам оплаты за предоставленные активы. Ее наличие неблагоприятно воздействует на финансовую стабильность и эффективность любой организации.

Анализу дебиторской задолженности в настоящее время уделяется достаточно много внимания. Тем не менее, на наш взгляд, вызывает определенный интерес динамика изменения удельного веса просроченной дебиторской задолженности в организациях АПК различной платежеспособности.

Цель работы – провести сравнительный анализ динамики удельного веса просроченной дебиторской задолженности в платежеспособной и неплатежеспособной организациях АПК Горецкого района Могилевской области.

В процессе анализа использованы данные годовой бухгалтерской отчетности сельскохозяйственных организаций Горьковского района Могилевской области за 2016-2021 гг. Исследование проведено на основании базовых приемов экономического анализа [1].

В Горьковском районе Могилевской области в качестве неплатежеспособной организации выступает КСУП «Племзавод «Ленино». На конец 2021 г. коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами в организации составил 0,77. В свою очередь, высоким уровнем платежеспособности отличается РУП «Учхоз БГСХА». Указанный коэффициент в данной организации на конец 2021 г. составил 0,63.

В процессе анализа нами были использованы показатели дебиторской задолженности и просроченной дебиторской задолженности за 2016-2021 гг. по указанным организациям. Далее на основании фактических данных проведен расчет удельного веса просроченной дебиторской задолженности на конец соответствующего года.

По РУП «Учхоз БГСХА» получены следующие данные (таблица).

Таблица – Расчет удельного веса просроченной дебиторской задолженности РУП «Учхоз БГСХА»

Годы	Остаток дебиторской задолженности на конец отчетного периода, тыс. руб.		Удельный вес просроченной задолженности, %
	всего	просроченной	
2016	1114	38	3,41
2017	2435	40	1,64
2018	2727	21	0,77
2019	3527	671	19,02
2020	2522	951	37,71
2021	2329	990	42,51

Рассмотрев данные таблицы, мы можем прийти к следующему выводу: наибольший удельный вес просроченной дебиторской задолженности в РУП «Учхоз БГСХА» был на конец 2021 г. и составил 42,51 %. С 2018 г. наблюдается увеличение данного показателя.

На следующем этапе рассчитан удельный вес просроченной дебиторской задолженности в КСУП «Племзавод «Ленино». В данной организации на конец 2021 г. просроченная задолженность в общей сумме дебиторской задолженности составила 6,67 %. В данной организации также с 2018 г. наблюдается последовательный рост показателя.

По результатам проведенного анализа можно отметить, что в неплатежеспособной организации Горьковского района по сравнению с неплатежеспособной наблюдается значительное превышение удельного веса просроченной дебиторской задолженности. Вместе с тем в двух исследуемых организациях АПК района с 2018 г. доля просроченной дебиторской задолженности последовательно увеличивалась.

ЛИТЕРАТУРА

1. Теоретические основы бухгалтерского учета и анализа (часть 2): методические указания и задания для практических занятий / А. А. Гайдуков, В. В. Мангутова. – Горки: БГСХА, 2017. – 35 с.
2. Науменко, Т. С. Основные этапы комплексного анализа дебиторской задолженности / Т. С. Науменко // Научный вестник ЮИМ. – 2016. – № 3. – С. 45-50.
3. Гончаренко, Л. Н. Подходы к анализу состояния дебиторской задолженности / Л. Н. Гончаренко, В. А. Кузова // Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ. – 2020 – № 1. – 45 с.

УДК 339.138: 316.472.4

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДРАСПОЛОЖЕННОСТИ К СТИЛЯМ УПРАВЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ УО ГГАУ

Ерох А. А. – студент

Научный руководитель – **Дорошкевич И. Н.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Актуальность темы характеризуется важнейшим стратегическим и практическим значением выбора стиля управления, как одной из основ управления в различные периоды жизненного цикла предприятия. Цель исследования – изучить теоретические стили руководства и апробирование их на практике.

Абсолютно все организации в той или иной степени создаются для достижения каких-либо общественных целей или для получения материальных выгод. Для их достижения группы людей объединяются, выбирают сферу занятости, регистрируют свою деятельность и обозначают общие цели и интересы.

Каждая организация представляет собой уникальную комбинацию индивидов, целей и задач. Каждый управляющий – это уникальная личность, обладающая рядом способностей. Поэтому стили управления не всегда можно отнести к какой-то конкретной категории.

В настоящее время существует множество теорий и методик определения стиля управления, но в большинстве случаев в теории менеджмента используют научные труды А. Л. Левина (авторитарный, демократический, либеральный стили), Р. Лайкрета (Четыре основных стили руководства), Д. Макгрегора («Теория Х» и «Теория Y»), Р. Блейка, С. Моутона и др.

Самой распространенной методикой принято считать концепцию К. Левина, который выделил и описал 3 основных стили управления:

авторитарный (командный), демократический (коллективный), либеральный (нейтральный). Согласно этой концепции, эти стили можно охарактеризовать следующим образом.

Авторитарный (директивный) стиль характеризуется централизацией власти в руках одного руководителя. Руководитель единолично принимает решения, жестко определяет деятельность подчиненных, сковывая их инициативу. По мере влияния на подчиненных специалисты выделяют 2 разновидности данного стиля: «эксплуататорская» и более мягкая «благожелательная».

В целом, авторитарный стиль применим в ситуациях, требующих максимально быстрого решения, когда мнение всего коллектива не нужно, на первых этапах создания нового коллектива или в коллективах с низким уровнем сознательности его членов.

Демократический (коллегиальный) стиль основан на том, что руководитель децентрализует свою управленческую власть. Принимая решение, он консультируется с подчиненными, которые получают возможность принимать участие в выработке решения.

Обычно демократический стиль руководства применяется в том случае, когда исполнители хорошо, порой лучше руководителя, разбираются в тонкостях работы и могут внести в нее много новизны и творчества. Исследования показали, что авторитарный стиль предпочтительнее для руководства с более простыми видами деятельности, ориентированными на количественные результаты, а демократический – сложными, где на первом месте выступает качество, типичную для руководителя систему приемов деятельности, используемую в работе с людьми.

Либеральный (попустительский) стиль характеризуется минимальным вмешательством руководителя в деятельность подчиненных. Руководитель выступает, чаще всего, как посредник, обеспечивающий своих подчиненных информацией и материалами, необходимыми для работы.

Как известно, ни один стиль управления в чистом виде не встречается. Каждый руководитель, в зависимости от ситуации и своих личностных качеств, бывает и «демократом» и «диктатором».

Нами было проведено анкетирование среди студентов УО «ГГАУ» инженерно-технологического (ИТФ) и экономического факультетов (ЭКФ), данные свели в таблицу.

Таблица – Сравнительная характеристика стиля управления студентов на основе теста Рокича

Факультет	Авторитарный			Либеральный			Демократический		
	Средняя	%	Итого	Средняя	%	Итого	Средняя	%	Итого
ЭКФ	8,2	28,3	271	8	28,1	269	13	43,6	416
ИТФ	7,83	22,3	251	7	26,1	242	15	51,7	502

На основе данных таблицы можно отметить, что доминирующим стилем управления является демократический стиль управления – 43,6 и 51,7 % на ЭКФ и ИТФ соответственно. Следует отметить, что стили руководства на ИТФ имеют более выраженную структуру, по сравнению с ЭКФ, где либеральный стиль руководства (26,1 %), авторитарный – 22,3 %, у студентов ЭКФ – 28,1 и 28,3 % соответственно.

В настоящее время пристальное внимание уделяется разработке и практическому применению основных базовых положений управленческой деятельности, соотношенных с особенностями социальных взаимодействий отдельных личностей. При этом значимость придается обеспечению эффективности управленческой деятельности.

Сейчас руководители должны больше внимания уделять человеческим качествам своих подчиненных, их преданности фирме и способности решать проблемы. Высокие темпы морального старения и постоянные перемены, характерные сегодня почти для всех отраслей производства вынуждают руководителей быть постоянно готовыми к проведению технических и организационных реформ, а также к изменению стиля руководства. Даже самый опытный руководитель, прекрасно владеющий теорией управления, не застрахован от неразумной, эмоциональной реакции на ситуацию.

Данные качества отражены в любом человеке через его личностные и психологические характеристики как индивидуума, так и личности в обществе, выраженные через его персональные ценности как человека.

Например, для студентов УО «ГГАУ» наиболее важными моральными ценностями являются:

Творчество (3,5), счастье других (4,5), развлечения (4,7), исходя из их терминальных ценностей. Непримируемость к недостаткам других (5,6), высокие запросы (6,8), эффективность в делах (6,8) – инструментальные ценности.

Наименее важными оказались такие моральные ценности, как: материальное состояние (13,6), причем работа оказалась выше с 12 баллами, активная жизнь (13,9), здоровье (16,7), аккуратность (11,3), воспитанность (12,3), ответственность (14,3).

Таким образом, от выбора стиля руководства зависит авторитет руководителя, эффективность работы, а также атмосфера в коллективе и

взаимоотношения между подчиненными и руководителем через индивидуальный или ситуационные подходы к управлению в коллективе. Также хочется отметить, что в выборе стиля управления руководителя оправданы его характеристики и цели как личностные, так и индивидуальные характеристики человека, а также принципы организации для чего эта организация создавалась и функционирует.

УДК 637.5

НЕКОТОРЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ В ПОТРЕБЛЕНИИ МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ

Жук В. А. – студент

Научный руководитель – **Грибов А. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Мясная продукция считается неотъемлемой частью рациона любого человека наряду с овощами и фруктами. Мясо является основным источником животного белка, необходимого для поддержания жизнедеятельности в организме. Несмотря на свою взаимозаменяемость другими продуктами с точки зрения биологической ценности, мясopодукты пользуются широким спросом как на территории Республики Беларусь, так и в зарубежных странах.

Однако в текущий момент в странах Западной Европы и США намечается тенденция постепенного отказа от мяса и перехода к вегетарианскому питанию. Вместе с тем растет и потребление продуктов, являющихся растительной альтернативой мясной продукции. Так, согласно прогнозам инвестиционной компании UBS, ежегодные продажи на рынке продуктов-заменителей в США вырастут с 4,6 млрд. долл. США в 2018 г. до 85 млрд. долл. США в 2030 г. Сложившаяся ситуация способствует активному переходу производителей к растительным альтернативам или перенаправлению их на рынки сбыта стран с увеличивающимся потреблением мяса [1]. Настоящее положение в большей степени связано с обеспокоенностью населения экологией планеты и стремлением к снижению количества выбросов в атмосферу парниковых газов.

Несмотря на вышеперечисленное, у множества американцев мясо все еще является одним из основных компонентов рациона. Косвенным доказательством этому является увеличение потребления отдельных видов мяса. На текущий момент ведущим по объему потребления видом мяса в США является мясо домашней птицы (кур, индеек, гусей и др.).

В 2017 г. был поставлен рекорд по потреблению мяса птицы – 122,75 фунта, или 55,68 кг. США занимают второе место после Аргентины по потреблению говядины. По данным на 2017 г., американцы потребляли 81,74 фунта, или 37,08 кг мяса на душу населения, что на 37 % меньше, чем рекордный показатель – 129,65 фунта, или 58,81 кг на душу населения в 1976 г. Такое резкое падение потребления говядины связано с появлением научных данных о вредоносности насыщенных жиров, содержащихся в ее составе. Это, в свою очередь, обусловило и резкое увеличение потребления мяса птицы.

Третьим по популярности среди американского населения видом мяса считается свинина. В 2017 г. ее потребление на душу населения составило 53,19 фунта, или 24,13 кг, однако в последнее время этот показатель увеличился до 66,18 фунтов, или 30,02 кг [1].

В странах Европы также предпринимаются повсеместные попытки снизить потребление мяса путем перехода на его растительные аналоги в связи с необходимостью снижения темпов роста среднегодовой температуры воздуха на планете. Так, согласно последнему исследованию Гринпреаса, количество потребляемого мяса в Европе должно сократиться на 81 % к 2050 г., чтобы достичь целевых показателей снижения выбросов в сельскохозяйственном секторе [2].

На территории Европы находится большое количество государств с собственной культурой и национальной кухней, а также различными объемами потребления мяса, что делает невозможным полноценный анализ предпочтений. Однако из-за территориальной отдаленности предпочтения в потреблении определенных видов мяса у европейцев отличаются от американских. Среди европейцев широкой популярностью пользуется крольчатина, баранина и мясо уток, в то время как в США эти виды мяса практически не производятся. Среди американских потребителей крольчатина не прижилась в большей степени из-за того, что кролик считается домашним животным, а потому в пищу не употребляется. Баранина и мясо уток не пользуется спросом из-за их дороговизны и небольших объемов производства относительно европейских [3].

Таким образом, несмотря на территориальную обособленность, а также наличие культурных особенностей различных государств, отношение граждан к потреблению мяса в США аналогично европейскому, что позволяет говорить о формировании общемировых тенденций к постепенному уходу от мясopодуkтов в связи с климатическими изменениями и предпочтении им более экологически чистых в производстве растительных аналогов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Meat Consumption in the U.S.: Is It Increasing or Decreasing? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sentientmedia.org/meat-consumption-in-the-us/>. – Дата доступа: 26.01.2023.
2. Europeans eat twice as much meat as global average [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.euronews.com/green/2020/03/16/europeans-eat-twice-as-much-meat-as-the-global-average>. – Дата доступа: 26.01.2023.
3. Why Are Some Meats More Popular in Europe Than the US? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wholey.com/why-are-some-meats-more-popular-in-europe-than-the-us/>. – Дата доступа: 26.01.2023.

УДК 637.33 (476)

АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА МЯСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Жук В. А. – студент

Научный руководитель – **Грибов А. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Производство мяса в Республике Беларусь является одной из важнейших задач для большого числа сельскохозяйственных организаций вследствие постоянно растущего спроса на соответствующую продукцию у населения. Доступность и широкий ассортимент, а также большие объемы выпуска мясной продукции играют существенную роль в формировании продовольственной безопасности страны. На сегодняшний день у мяса (практически) не существует полноценных заменителей, способных удовлетворить все биологические потребности человека при доступной цене, что подчеркивает незаменимость данного продукта для потребителя.

Мясной подкомплекс народного хозяйства представляет собой производство, а также дальнейшую переработку и реализацию (хранение) мяса птицы, свиней и крупного рогатого скота. В условиях республики производят и другие виды мяса, однако их удельный вес на рынке незначителен.

В сфере производства сельскохозяйственной продукции в Республике Беларусь основная доля приходится на сельскохозяйственные организации. Согласно данным за 2020 г., сельскохозяйственными организациями было произведено 81,1 % от совокупного объема выпуска продукции сельского хозяйства (таблица 1), что говорит о высокой степени концентрации производства.

Таблица 1 – Структура производства мяса по категориям хозяйств, %

Год	Сельскохозяйственные организации	Крестьянские (фермерские) хозяйства	Хозяйства населения
2014	77,5	1,7	20,8
2015	78,3	1,9	19,8
2016	79,1	1,9	19
2017	79,3	2	18,7
2018	79,1	2,2	18,7
2019	79,8	2,7	17,5
2020	81,1	2,6	16,3

Примечание – таблица составлена на основании источника [1]

На протяжении последних лет в Республике Беларусь наблюдается устойчивый рост объемов производства мяса крупного рогатого скота, птицы и свиней, причем наиболее значительные темпы прироста показывает мясо птицы, ввиду увеличения спроса на соответствующую продукцию. В то же время спрос на другие виды мяса сокращается, что приводит к замедлению объемов их производства (таблица 2).

Таблица 2 – Объем реализации скота и птицы на убой (в живом весе), тыс. т

Год	Крупный рогатый скот	Свиней	Птицы	Других видов
2014	286	302,1	402,9	0,6
2015	329,8	306,4	435	0,5
2016	319,4	329	447	0,4
2017	309,9	347,6	477,9	0,4
2018	319	349,1	490	0,4
2019	321,3	337,2	517	0,3
2020	334,6	360,4	530,2	0,3

Примечание – таблица составлена на основании источника [1]

Проанализировав данные таблиц 1 и 2, можно отметить, что производимый объем мяса в Республике Беларусь увеличивается за 2014-2020 гг., что связано со стратегией увеличения экспортного потенциала. Вместе с тем основное производство сосредоточено в сельскохозяйственных организациях республики, удельный вес крестьянских (фермерских) хозяйств и хозяйств населения снижается, это обусловлено существенным увеличением ресурсоемкости продукции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сельское хозяйство Республики Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь; ред. кол.: И. В. Медведева и др. – Минск, 2021. – 235 с.

УДК 631.158:658.3(476.6)

РЕАЛИЗАЦИЯ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРИМЕРЕ КСУП «ХАНЧИЦЫ-НЕМАН»

Жук Д. С. – студент

Научный руководитель – **Никитина Н. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

В текущих экономических условиях большинство сельскохозяйственных предприятий предъявляют повышенные требования к формированию и реализации кадровой политики.

Кадровая политика – это ядро системы управления предприятием, она включает в себя нормы, правила, цели, которые определяют суть и содержание работы с персоналом. Соответственно, сущность управления персоналом заключается в установлении организационно-экономических, социально-психологических и правовых отношений субъекта и объекта управления посредством реализации принципов, методов и форм воздействия на интересы, поведение и деятельность работников. В документированном виде основные аспекты кадровой политики отражаются в правилах внутреннего трудового распорядка и коллективном договоре.

В настоящее время особое значение приобретают вопросы практического применения современных форм управления персоналом, встроенных в кадровую политику сельскохозяйственного предприятия, позволяющих повысить социально-экономическую эффективность производства, что подтверждает актуальность темы исследования.

Исходя из вышеизложенного, целью данной статьи является рассмотрение кадровой политики на примере предприятия КСУП «Ханчицы-Неман» Свислочского района Гродненской области. Хозяйство является одним из лучших в районе, но ряд проблем в процессе оценки кадровой политики были выявлены:

- 1) дефицит высококвалифицированных молодых работников, что обуславливает проблему «старение кадров»;
- 2) недостаточно эффективная работа с резервом кадров, что отражается на закрепляемости молодых специалистов на предприятии;
- 3) несовершенство системы развития персонала.

На основании выявленной проблематики необходимо определить направления повышения результативности кадровой политики КСУП «Ханчицы-Неман» и четко определить главные критерии оценки ее эффективности. Но в Республике Беларусь нет однозначных подходов в сфере оценивания эффективности кадровой политики

сельскохозяйственного предприятия в целом, а не только отдельных ее составляющих.

Применительно к КСУП «Ханчицы-Неман» кадровая политика должна обеспечивать: требования к трудовым ресурсам на этапе найма (относительно образования, опыта, стажа, уровня образования и т. д.); отношение к инвестированию в развитие кадров; стабильность сбалансированных взаимоотношений и поддержание благоприятного социально-психологического климата в трудовом коллективе; обучение, переподготовку и повышение квалификации персонала.

К примеру, руководство КСУП «Ханчицы-Неман», реализуя перечисленные направления, уделяет внимание подготовке или переподготовке руководителей, способных быстро и обоснованно принимать управленческие решения, в совершенстве владеть знаниями, необходимыми для успешной и эффективной работы в условиях современной экономики.

Таким образом, в современных условиях нестабильности на рынке труда для обеспечения эффективной работы предприятия необходимо уделять достаточное внимание кадровой политике, формированию командной работы аппарата управления и всего трудового коллектива, работающих на высокий конечный результат и всестороннее развитие КСУП «Ханчицы-Неман». Универсального способа решения кадровых проблем не существует, но одним из действенных путей оптимизации кадрового обеспечения является разработка и использование индивидуального подхода на каждом предприятии с учетом общих специфических особенностей функционирования хозяйства и научных подходов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кадровая политика организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/biznes/kadrovaya-politika-organizacii.html>.
2. Одегов, Ю. Г. Кадровая политика и кадровое планирование / Ю. Г. Одегов. – М.: Юрайт, 2018. – 442 с.

УДК 631.153:631.115.8(476.6)

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СТРАТЕГИИ НА ПРИМЕРЕ СПК ИМЕНИ И. П. СЕНЬКО

Жук Д. С., Власов В. В. – студенты

Научный руководитель – **Никитина Н. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Стратегическое управление – это современная модификация

организации и использования управленческих ресурсов для достижения долгосрочных целей предприятия. Данный системный подход представляет не индивидуальную и единовременную инициативу, а скорее непрерывный процесс формирования, оценки и совершенствования стратегии с целью получения рентабельного, конкурентоспособного и устойчивого функционирования организации в перспективе.

Формирование и реализация производственной стратегии для сельскохозяйственных предприятий связана со спецификой отрасли, в которой они функционируют, что раскрывается через наличие предприятий различных форм хозяйствования, собственности и масштабов деятельности, действующих в условиях изменяющихся природно-климатических факторов; диспропорциональности развития различных секторов АПК. Кроме того, необходимо учитывать зависимость каждого последующего участника агропромышленной производственной цепочки от предыдущего и слабую развитость аграрных рынков.

Исходя из вышеизложенного, целью данной статьи является изучение особенностей реализации производственной стратегии на примере предприятия СПК имени И. П. Сенько Гродненского района.

Оценивая деятельность СПК имени И. П. Сенько на протяжении всего периода функционирования, можно утверждать, что работает предприятие эффективно, для работников создаются благоприятные условия труда. Главной стратегической целью хозяйства является производство сельскохозяйственной продукции, ее переработка и реализация, в чем, несомненно, помогает современная технологическая оснащенность и квалифицированный персонал.

В хозяйстве применяется цеховая структура управления, которая состоит из цехов растениеводства, животноводства, механизации и строительства.

Рассмотрим основные стратегические подсистемы СПК имени И. П. Сенько. Основными стратегическими направлениями в растениеводстве являются:

- использование высокоурожайных сортов и гибридов сельскохозяйственных культур;
- применение новых способов и приемов обработки почвы;
- внесение органических и минеральных удобрений;
- использование современной техники.

Также необходимо учитывать природно-экономические факторы, максимально выявлять и использовать имеющиеся внутренние резервы, развивать специализацию и концентрацию производства.

В СПК имени И. П. Сенько ведение животноводства представлено научно обоснованным комплексом организационно-экономических и

зоотехнических мероприятий, направленных на более интенсивное использование поголовья, увеличение производства продукции при снижении затрат. Система животноводства находится в неразрывном единстве с системами земледелия – увязка обеих систем осуществляется через баланс кормов.

Продукция мясоцеха СПК имени И. П. Сенько пользуется спросом у покупателей и будет востребована в перспективе. К примеру, в 2022 г. мясоцех СПК имени И. П. Сенько произвел более 80 наименований готовой продукции, в т. ч. вареных, варено-копченых, сырокопченых, полукопченых и сыровяленых изделий, а также более 40 наименований мясных полуфабрикатов и субпродуктов. Несмотря на широкий ассортимент продукции, организация продолжает совершенствовать свои изделия и выпускать новинки.

Таким образом, в современных условиях предприятие использует ресурсы в полном объеме, минимизирует издержки в производстве, что позволяет утверждать, что модель стратегического управления СПК имени И. П. Сенько эффективна и жизнеспособна.

ЛИТЕРАТУРА

1. Банникова, Н. В. Особенности стратегического планирования в аграрном секторе экономики / Н. В. Банникова // Современная конкуренция. – 2019. – № 6. – С. 94-100.
2. Фатхутдинов, Р. А. Стратегический менеджмент: учебник / Р. А. Фатхутдинов. – 5-е изд. – С.-Пб.: Питер, 2016. – 368 с.

УДК 631.5(476.6)

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ НА ПРИМЕРЕ СПК ИМЕНИ И. П.СЕНЬКО

Жук Д. С., Власов В. В. – студенты

Научный руководитель – **Никитина Н. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

В современных экономических условиях хозяйствующие субъекты АПК должны уделять все большее внимание вызовам внешней среды, заботиться о сохранении рыночных ниш, решать вопросы продвижения продукции на новые рынки, повышать конкурентоспособность и корректировать выработанную годами стратегию развития, учитывая имеющийся опыт аграрного сектора, а также особенности отдельных отраслей.

В целом механизм стратегического управления предприятиями достаточно универсален, существуют общепринятые функции, принципы,

методы и инструменты, характерные для данного типа управления. Однако для повышения эффективности их использования при проведении стратегического анализа деятельности предприятия, разработке стратегии и формировании комплекса мероприятий по достижению стратегических целей, реализации выбранной стратегии необходимо уделять особое внимание специфике объекта управления и его внешней среды.

Всем вышеуказанным в полной мере определена актуальность исследования, цель которого состоит в оценке системы стратегического управления СПК имени И. П. Сенько Гродненского района. В хозяйстве применяется цеховая структура управления. Имеются цеха растениеводства, животноводства, механизации, строительства. Из подсобных и перерабатывающих отделений в хозяйстве имеются комбикормовый цех, мясоцех, столярный цех.

Далее рассмотрим SWOT-анализ как один из способов формулирования стратегии развития предприятия. Данный метод применяют для оценки влияющих на объект исследования факторов и явлений. Все факторы делятся на четыре категории: сильные и слабые стороны, возможности и угрозы. SWOT-анализ предполагает выявление внутренних и внешних факторов, которые способствуют достижению заявленной миссии организации [2].

Таблица – Фрагмент матрицы стратегического SWOT-анализа СПК имени И. П. Сенько

Возможности – О	Сильные стороны – S
<ul style="list-style-type: none"> - производство различных видов продукции; - расширение ассортимента производимой продукции; - резервы повышения объемов и эффективности производства за счет внедрения новых технологий 	<ul style="list-style-type: none"> - репутация в деловой сфере; - постоянный спрос на сельскохозяйственную продукцию; - сформированные каналы сбыта продукции; - производство традиционных видов продукции (зерно, рапс)
Угрозы – Т	Слабые стороны – W
<ul style="list-style-type: none"> - нестабильность и сложность прогнозирования погодно-климатических условий увеличивают производственные риски; - усиление конкуренции; - снижение покупательской способности потребителей; - рост цен на ресурсы; - отток рабочей силы из села 	<ul style="list-style-type: none"> - высокая себестоимость производимой продукции; - низкий уровень оснащенности современными техническими средствами, низкий уровень механизации и энерговооруженности производства; - отсутствие инновационных, ресурсосберегающих технологий; - некоторые виды продукции являются убыточными для организации

Таким образом, анализ матрицы SWOT-анализа СПК имени И. П. Сенько позволяет определить, что сложившаяся ситуация в целом благоприятна для организации. Несмотря на сложные внешние условия, у нее имеются неиспользованные внутренние резервы для повышения

эффективности и конкурентоспособности.

ЛИТЕРАТУРА

1. СПК Имени И. П. Сенько [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://obuhovo.by/>. – Дата доступа: 25.01.2023.
2. Фатхутдинов, Р. А. Стратегический менеджмент: учебник / Р. А. Фатхутдинов. – 5-е изд. – С.-Пб.: Питер, 2016. – 368 с.

УДК 633.63(476)

ПРОИЗВОДСТВО САХАРНОЙ СВЕКЛЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Жук Е. С. – студент

Научный руководитель – **Дешко И. А.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Сахарная свекла является основным источником для производства сахара. Также получаемый побочный продукт при ее выращивании и переработке (меласса) используется в пищевой и кондитерской промышленности. Жом скармливается в свежем и гранулированном виде крупному рогатому скоту. Целесообразность выращивания свеклы определяется положительным влиянием свекловичного севооборота на возделывание многих сельскохозяйственных культур. И хотя высокая стоимость свекловичного сахара не является преимуществом по сравнению с продукцией, произведенной из импортного сырья, тем не менее, республика должна увеличивать выработку сахара-песка из отечественной сахарной свеклы в целях достижения продовольственной безопасности.

Наиболее пригодными для сахарной свеклы являются хорошо аэрированные почвы без камней, богатые гумусом, имеющие близкую к нейтральной реакцию почвенной среды, высокую биологическую активность, стабильную структуру, рыхлое сложение, хороший водный режим и оптимальное содержание макро- и микроэлементов. Этим требованиям отвечают дерново-подзолистые суглинистые почвы, развивающиеся на легких и средних суглинках, а также супесчаные подстилаемые с небольшой глубины (0,5 м) моренным суглинком. В исключительных случаях возможно выращивание свеклы на супесчаных, подстилаемых связной супесью, почвах. Однако на таких почвах в годы сильных засух возможен недобор урожая до 25-30 %

В 2022 г. в Беларуси увеличился урожай сахарной свеклы во всех категориях хозяйств. Было собрано 4,201 млн. т данной культуры – это на 9 % превышает результаты, полученные в 2021 г. (3,8 млн. т). Самый

большой урожай сладкого корнеплода – 1,5 млн. т – получили аграрии Гродненской области. На втором месте оказались сельхозпроизводители Минской области – им удалось собрать 1,3 млн. т. В хозяйствах Брестской области собрано около миллиона тонн сахарной свеклы, в Могилевской – 327 тыс. т [1].

Далее более детально рассмотрим показатели урожайности сахарной свеклы в Республике Беларусь за период 2012-2022 гг.



Рисунок – Динамика урожайности сахарной свеклы в хозяйствах всех категорий, ц/га

Взглянув на диаграмму, можно отметить нестабильную динамику урожайности сахарной свеклы. Это связано с плохими погодными условиями, которые не благоприятствовали выращиванию этого корнеплода. В 2019 г. урожайность достигла 520 ц/га, затем показатели начали снижаться и в 2022 г. достигли значения в 451 ц/га [2].

Несмотря на это, в Республике Беларусь по-прежнему уделяется большое внимание в области производства сахарной свеклы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Урожай сахарной свеклы в Беларуси увеличился на 9 % [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://agronews.com/by/ru/news/agrosfera/>. – Дата доступа: 03.02.2023.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 04.02.2023.

ВНЕДРЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ЭФФЕКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ НА ОСНОВЕ CRM-СИСТЕМЫ

Жуковец Н. В. – студент

Научный руководитель – **Сырокваш Н. А.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

В современных условиях конкурентного рынка важной составляющей эффективной деятельности организации в сфере стимулирования спроса является оперативная работа сектора продаж и выстраивание качественных связей с клиентами. В данной связи в ПУП «Стародорожский плодоовощной завод» ОАО «Слуцкий сахарорафинадный комбинат» целесообразно рассмотреть возможность использования CRM-системы в составе программы 1С:Организация.

Применение программы «1С:Организация 8 CRM» повысит эффективность деятельности, взаимодействия подразделений при обслуживании клиентов в розничных магазинах, а также позволит снизить трудоемкость работ и ошибок.

Общая сумма единовременных затрат составляет 19,0 тыс. руб. Закупка нового оборудования, установка и наладка сети не понадобятся, поскольку в организации полностью налажена инфраструктура управления.

Внедрение «1С:Организация 8 CRM» не требует дополнительных текущих затрат по абонентскому обслуживанию программного обеспечения.

Ключевая цель внедрения «1С:Организация 8 CRM» в ПУП «Стародорожский плодоовощной завод» ОАО «Слуцкий сахарорафинадный комбинат» – улучшение обслуживания клиентов, повышение эффективности продаж компании путем сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.

С целью оценки эффективности внедрения CRM-системы рассмотрим взаимодействие сотрудника отдела продаж с клиентом:

1. Поступлений заявки от клиента.
2. Сотрудник определяет наличие продукции на складе.
3. Сотрудник опрашивает коммерческого представителя клиента в соответствии с заявкой, с указанием стоимости.
4. Сотрудник готовит документы на поставку продукции.
5. Сотрудник проводит согласование документов на поставку

продукции у руководства.

6. Сотрудник направляет пакет документов клиенту.

7. В соответствии с условиями договора происходит оплата и доставка продукции.

Затраты рабочего времени взаимодействия сотрудника отдела продаж с клиентом с применением CRM-системы составят 41 мин и 57 мин. Использование системы планирования «1С:Организация 8 CRM» позволит сократить время при взаимодействии сотрудника отдела продаж с клиентом. Таким образом, общая экономия времени по расчетам составит 16 мин.

Применение CRM-системы позволит автоматизировать взаимодействия сотрудников и отделов в процессе получения, обработки и заказов. Оценка экономии времени проводилась на примере 1 клиента. В среднем за один рабочий день менеджер оформляет 4 заказа. Таким образом, общая экономия за рабочий день составит 64 мин.

Рабочий день менеджера по продажам составляет 8 ч, или 480 мин. Экономия рабочего времени составит 64 мин. Таким образом, удельный вес экономии времени в общем объеме затрат времени составляет 13,3 %.

Численность сотрудников составляет 4 человека. Экономия численности персонала составит 1,5 чел.

Таким образом, за счет применения программы численность персонала может быть сокращена на 1 человека. Учитывая, что средняя заработная плата составляет 1125 руб. в месяц. Экономия затрат труда составит 13 500 руб.

Сумма экономии на налоговых выплатах (34 % ФСЗН, 0,6 % Белгосстрах) на заработную плату составят 5551 руб.

Общая экономия затрат за счет применения программного продукта составит 18,5 тыс. руб.

Таким образом, использование CRM-системы в работе сектора продаж приведет к экономии средств в размере 18,5 тыс. руб.

Использование системы позволяет повысить эффективности продаж компании путем сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, устанавливая и улучшая бизнес-процессы и анализируя результаты. Внедрение полученных рекомендаций позволит автоматизировать ряд бизнес-процессов, повышая эффективность работы отдела продаж.

КАДРОВАЯ СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПУТИ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Залуцкий М. А. – магистрант

Научный руководитель – **Липницкая В. В.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

Управление персоналом признается одной из наиболее важных сфер жизни предприятия, способной многократно повысить ее эффективность. Персонал организации – самый сложный объект управления. [1]. В отличие от материальных активов люди способны самостоятельно принимать решения и оценивать предъявляемые к ним требования. Кроме того, персонал – это коллектив, каждый член которого имеет свои интересы и весьма чувствителен к управленческим воздействиям, причем реакцию на них нередко сложно предугадать [2].

Целью исследования является анализ и оценка кадровой стратегии в ООО «Европейское аграрное агентство».

ООО «Европейское аграрное агентство» является дилером ведущих мировых брендов сельскохозяйственной техники (HORSCH, SILOKING, WEIDEMANN, Fliegl, RAUCH, Пегас-Агро), Ростсельмаш для сельскохозяйственных предприятий, официальный дилер Cropwise (электронная система менеджмента полей CropwiseOperations) в Беларуси – инновационная система управления агропроизводством на территории Беларуси.

За период 2019-2021 гг. численность персонала ООО «Европейское аграрное агентство» увеличилась с 75 чел. до 101 чел. Рост численности наблюдается по всем категориям персонала. Наибольшую долю персонала организация занимает категория «служащие» – 61,3 % в 2019 г., 51,1 % в 2020 г. и 50,6 % в 2021 г.

Анализ показателей движения персонала позволил констатировать отрицательную тенденцию в области текущей части персонала организации. Коэффициент текущей части увеличился с 0,23 до 0,35, коэффициент постоянства повысился с 0,70 до 0,82.

Кадровую стратегию организации можно классифицировать по базовой стратегии функционирования организаций как стратегию минимизации издержек. Основным структурным подразделением по управлению персоналом в ООО «Европейское аграрное агентство» является бухгалтерия, функциями которой являются набор и расстановка персонала, развитие персонала, оплата труда и система мотиваций.

Эффективность использования персонала организации является

недостаточной, поскольку за период 2019-2021 гг., за счет совокупного опережения темпов роста средней заработной платы относительно темпов роста производительности организация получила относительный перерасход по фонду заработной платы в размере 2436 тыс. руб. Анализ расходов организации на кадровую политику показал их рост за 2019-2021 гг. с 174,4 до 206,9 тыс. руб. Доля данных расходов в выручке увеличилась с 0,45 до 0,46 %, что является негативной тенденцией для организации и вызывает необходимость и оптимизации данных расходов.

По результатам проведенного анализа в качестве наиболее существенных недостатков системы управления персоналом ООО «Европейское аграрное агентство» можно выделить следующие проблемы:

слаборазвита аттестация персонала. Аттестация персонала является мероприятием, стимулирующим сотрудников и руководителей к профессиональному развитию;

нет стройной системы повышения квалификации и обучения персонала, не создана корпоративная программа развития персонала. Обучение производится точно, в силу необходимости. Финансирование процесса обучения, соответственно, происходило по остаточному принципу.

неэффективная система материального стимулирования. Система оплаты труда персонала не привязана к показателям, отражающим результаты труда сотрудников, не способствует росту производительности труда;

недостаточный уровень автоматизации процессов кадрового менеджмента, а также отсутствие четких инструкций в области подбора персонала на этапе собеседования и конкурсного отбора кандидатов.

Решение указанных выше проблем позволит организации повысить эффективность использования персонала и добиться роста производительности труда.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аверин, А. В. Управление персоналом, кадровая и социальная политика в организации: учебное пособие / А. В. Аверин. – М.: РАГС, 2018. – 224 с.
2. Агашкова, А. Кадровая политика и кадровая стратегия предприятия / А. Агашкова. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://result.by/kadrovaja-politika-i-kadrovaja-strategija-predprijatija>. – Дата доступа: 26.10.2021.

МОДЕЛИ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Захаренко Т. А. – магистрант

Научный руководитель – **Васильев В. В.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Эффективность работы организации, динамика ее финансово-экономических показателей связаны с качеством работы сотрудников, их производительностью труда. Для осуществления процесса управления работниками необходимо знание основ мотивации и особенностей применения механизмов вовлечения и стимулирования персонала. Значимость рассматриваемой проблемы объясняется переходом к социально-ориентируемому рынку и подразумевает необходимость формирования максимально продуктивной модели мотивации труда.

В каждой стране под влиянием социально-экономических факторов формируется свой механизм управления персоналом и, соответственно, вырабатывается определенная модель мотивационного стимулирования работников. Из всего разнообразия моделей систем мотивации труда в рыночной экономике можно выделить как наиболее характерные японскую, американскую, французскую, английскую, немецкую, шведскую модели. Японская модель мотивации труда характеризуется опережением роста производительности труда по отношению к росту уровня жизни населения, в т. ч. уровня заработной платы. Большинство японских компаний в политике материального стимулирования используют синтезированные системы, сочетающие элементы традиционной возрастной и трудовой тарификации работников [1]. Американская модель мотивации труда построена на поощрении предпринимательской активности. В США широко применяются коллективные системы премирования. Французская модель мотивации труда характеризуется разнообразием экономических инструментов, включая стратегическое планирование и стимулирование конкуренции. Отличительная ее особенность – включение стратегического планирования в рыночный механизм. Что касается английской модели мотивации труда, то в настоящее время в Великобритании существует две модификации системы оплаты труда, зависящие от прибыли: денежная и акционерная, предполагающая частичную оплату в виде акций. Кроме того, предусматривается возможность применения системы колеблющейся заработной платы, полностью зависящей от прибыли фирмы. Немецкая модель мотивации ориентирована на человека как свободную личность,

сознающую свою ответственность перед обществом. Свобода в экономическом смысле означает понимание интересов общества и нахождение своего места в системе производство-потребление. Шведская модель мотивации отличается сильной социальной политикой, направленной на сокращение имущественного неравенства за счет перераспределения национального дохода в пользу менее обеспеченных слоев населения [1].

Белорусскими организациями применяется широкий набор форм мотивации труда работников: заработная плата; система внутрифирменных льгот; нематериальные льготы (например, предоставление права на гибкий график работы, более ранний или поздний выход на пенсию); повышение содержательности труда, самостоятельности работника, привлечение его к управлению предприятием; создание благоприятной социальной атмосферы внутри коллектива, моральное поощрение работников; продвижение работников по службе, планирование их карьеры, оплата обучения и повышения квалификации. Вместе с тем, по словам доктора экономических наук, профессора кафедры международного менеджмента БГУ Тихоновой Л. Е., мотивационные системы персонала на предприятиях страны еще только формируются и пока не в полной мере соответствуют потребностям структурной перестройки производства. Зачастую политика мотивационного стимулирования персонала сводится к политике стимулирования заработной платы [2].

Проведенный нами анализ показал, что на современном этапе развития экономики Беларуси, наряду с действующими мерами, необходима разработка дальнейшего комплекса мер повышения производительности труда. На наш взгляд, мотивационное стимулирование – это, прежде всего, процесс воздействия на разнообразные потребности человека с целью побуждения к достижению определенных целей предприятия. Следовательно, используя этот рычаг управления эффективностью и производительностью трудовой деятельности, можно повлиять на деловую активность работников.

ЛИТЕРАТУРА

1. Симченко, Н. А. Новая феноменологическая природа трудовой мотивации в условиях модернизации экономики России и Беларуси / Н.А. Симченко // Теория и практика общественного развития. – 2015. – № 17. – С. 54-60.
2. Тихонова, Л. Е. Основные направления мотивационного стимулирования персонала на белорусских предприятиях / Л. Е. Тихонова // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия Д. Экономические и юридические науки. – 2022. – № 6. – С. 54-60.

УПАКОВКА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЛИВОЧНОГО МАСЛА

Захарова Ю. В. – студент

Научный руководитель – **Артеменко С. И.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Молочная промышленность призвана обеспечивать население высококачественными продуктами, без которых практически невозможно организовать сбалансированное полноценное питание людей. Среди молочных продуктов сливочное масло занимает особое место.

В молочной промышленности Республики Беларусь маслодельная отрасль занимает значительное место. Самые крупные производители сливочного масла в республике: ОАО «Бабушкина крынка», ОАО «Савушкин продукт», ОАО «Оршанский молочный комбинат», ОАО «Лидский молочный комбинат» и др. Большинство предприятий молочной отрасли занимаются производством сливочного масла. Видовой состав сливочного масла разнообразный: «Крестьянское», «Любительское», «Классическое», «Бутербродное» с наполнителями и др. Сливочное масло выпускается в виде различных форм: брикетов, батончиков, стаканчиков и т. д. Фасовка сливочного масла отличается разнообразием: 150, 175, 180, 190, 200, 250, 400 г.

Актуальность рассмотренной темы обусловлена большим значением упаковки в повышении конкурентоспособности сливочного масла.

Упаковка сливочного масла должна защищать продукцию от окислительной либо микробиологической порчи, продлевая тем самым срок ее годности и повышая конкурентоспособность продукции. Упаковка, предназначенная для упаковывания сливочного масла, не должна выделять в контактирующий с ней продукт и воздушную среду вещества в количествах, вредных для здоровья человека, превышающих предельно допустимое количество миграции химических веществ. Упаковочный материал для сливочного масла должен способствовать сохранению его первоначальных вкусовых качеств, предохранять от испарения влаги, защищать от воздействия света и кислорода воздуха, возможных загрязнений, быть жиронепроницаемым, предотвращать потери ароматических веществ.

Сливочное масло на маслозаводах Республики Беларусь реализуется в основной массе фасованным. Для розничной продажи масло расфасовывают и заворачивают в пергамент, кашированную фольгу или в пластиковые пакеты.

В маркировке сливочного масла присутствуют оттенки разнообразных оттенков цвета, которые зависят от фирменных цветов предприятия, жирности продукта, типа сливочного масла (сладкосливочное, кисломолочное, несоленое, соленое и т. п.). Цветовая гамма маркировки может быть красной, синей, желтой и т. д. Также используются серебристые и золотистые цвета, подчеркивающие, что продукт заморожен или подчеркивает премиальность.

Проведенный анализ показал, что в основном на упаковке сливочного масла присутствует фермерская тематика, вызывающая ассоциации с натуральностью и качеством. Чаще всего, образом присутствующий на упаковке сливочного масла является корова, бабушка, дедушка, девушка с косой. Таким образом, стилистика упаковки сливочного масла остается в рамках традиционных для категории образов.

На упаковке сливочного масла большими буквами отражаются название товарного знака, слоган, которые позволяют потребителям его идентифицировать и формируют у них предпочтение к покупке.

В связи с Указом Президента Республики Беларусь с 1 сентября 2021 года на всей территории Республики Беларусь обязательна маркировка сливочного масла, производимого и реализуемого в Республике Беларусь. Это обеспечило преимущества производителям, молочной продукции, т. к. позволило упростить хранение, учет, контроль над складским движением товара, а также уменьшить риски покупки подделки или некачественной продукции.

Предприятия молочной отрасли периодически проводят рестайлинг и редизайн упаковки сливочного масла, что дает возможность повысить количество продаж.

Таким образом, используемые упаковки сливочного масла в Республике Беларусь позволяют выполнять функции защиты и продвижения продукции. На предприятия маслодельной отрасли упаковка рассматривается как часть стратегии продвижения бренда, возможность обеспечения роста объемов продажи важным конкурентным преимуществом предприятий в борьбе за покупателя.

ОЦЕНКА ДИНАМИКИ ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Златова В. В. – студент

Научный руководитель – **Дудогло Т. Д.**

Комратский государственный университет

г. Комрат, Республика Молдова

В условиях автономно-территориального образования (АТО) Гагаузия возделывание сельскохозяйственных культур характеризуется низкой устойчивостью, т. к. территория автономии расположена в зоне рискованного земледелия. В связи с этим объемы производства продукции растениеводства носят циклический характер с характерными спадами и подъемами [1]. Поэтому надо оценивать результаты производства продукции сельского хозяйства не за один год, а ряд лет, например за 5 и более лет.

Рассмотрим динамику производства ячменя, кукурузы и фруктов в автономии за последние 10 лет. Показатели представлены в таблице.

Таблица – Показатели производства пшеницы, подсолнечника и фруктов в АТО Гагаузия за 2012-2021 гг. (т)

Год	Пшеница	Подсолнечник	Фрукты
2012	26 987	16 591	4309
2013	85 110	33 038	7753
2014	89 628	38 501	11 673
2015	83 549	45 892	12 481
2016	123 232	60 423	23 084
2017	120 592	73 606	13 222
2018	110 401	68 991	36 265
2019	103 446	65 556	19 332
2020	39 148	23 976	9393
2021	164 244	87 986	15 938

Примечание – Источник: данные Управления с.х. АТО Гагаузия

Чтобы оценить темпы изменения объемов производства продукции обратимся к графическому методу. Построим графики валовых сборов пшеницы, подсолнечника и фруктов за 2012-2021 гг. и определим линейные тренды изменения показателей [2]. Так, согласно уравнениям линейного тренда валовые сборы увеличивались в среднем за год:

- пшеницы на 6427 т ($y = 6427x + 59\,281$), или 10,8 % ($6427 * 100 / 59\,281 - 100$);

- подсолнечника на 4829 т ($y = 4829x + 24\,893$), или 19,4 % ($4829 * 100 / 24\,893 - 100$);

- фруктов на 1308 т ($y = 1308x + 8147$), или 16,1 %

(1308 * 100 / 8147 - 100).

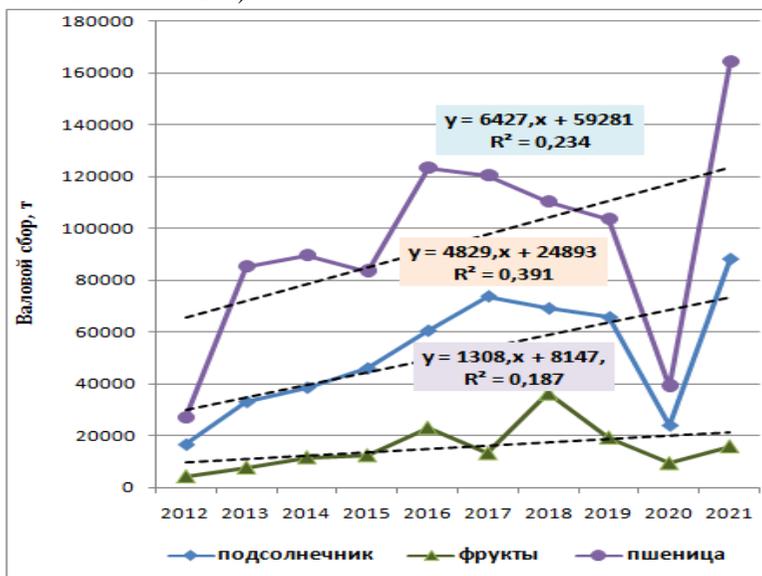


Рисунок – График Динамики производства пшеницы, подсолнечника и фруктов в АТО Гагаузия за 2012-2021 гг.

Примечание – Источник: расчеты автора

Проведенные расчеты показывают, что с 2012 г. по 2021 г. был обеспечен стабильный прирост производства продукции всех указанных культур.

ЛИТЕРАТУРА

1. Экономическая эффективность сельскохозяйственного производства АТО Гагаузия (монография) / Д. М. Пармакли [и др.]; Комратский государственный университет, Научно-исследовательский центр «Прогресс». – Комрат: Б. и., 2022 (Centrografic SRL). – 207 p.
2. Пармакли, Д. М. Финансовые показатели деятельности предприятий в динамике: особенности оценки и прогнозирования (учебное пособие) / Д. М. Пармакли, Л. П. Тодорич; Комратский государственный университет, Научно-исследовательский центр «Прогресс». – Комрат: Б. и., 2022 (Centrografic SRL). – 86 p.

МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА: СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЯ

Зулева О. А. – студент

Научный руководитель – **Латенкова А. В.**

УО «БИП – Университет права и социально-информационных технологий» Могилевский филиал

г. Могилев, Республика Беларусь

Сегодняшние проявления маркетинга преодолели традиционные его цели, такие как реализация произведенной продукции максимальному числу покупателей по максимально допустимой цене. Маркетинг стал указывать на свое положение в тех областях деятельности, исследование которых раньше считалось преимуществом менеджмента, управленческой теорий, или специфических отраслевых дисциплин.

Маркетинг персонала исходит из того, что одним из важнейших условий достижения целей работодателя выступает четкое определение требований к персоналу и обеспечение удовлетворения этих требований более эффективными, чем у конкурентов, способами. Иными словами, маркетинг персонала ориентирован на поиск такого работника, который своим трудом создаст потребительскую стоимость, обладающую большей рыночной стоимостью, чем его рабочая сила [3]. Благодаря маркетингу персонала в организации образуется потенциал кадров, с помощью которого она способна решить конкретные целевые задачи; появляется возможность создать информационную базу потенциальных кадров; достигается привлекательность работодателя через коммуникации с целевыми группами (сегментами рынка).

В то же время задачей маркетинга персонала является удовлетворение не только потребности в труде, но и других потребностей, возникающих в процессе трудовых взаимоотношений. С одной стороны, это индивидуальные потребности сотрудников (социально-психологические аспекты, профессиональное и служебное развитие), с другой – потребность в эффективном применении персонала организацией-работодателем [1].

Следует отметить, что понятийный аппарат теории маркетинга персонала на сегодняшний день проработан уже достаточно, однако для различных ситуаций все-таки требуется внесение точностей в процессе проведения и анализа результатов маркетинговых исследований, определение четких направлений, объектов, предметов и инструментов исследований, а также направления реализации результатов маркетингового исследования.

К числу зарубежных ученых, которые занимались исследованием

маркетинга персонала, относятся: Б. М. Берман, С. Л. Брю, Ф. Котлер, И. Крюгер, Р. Марр, М. Х. Мескон, М. Молл, Й. Хентце, Ф. Хедоури, Н. Чернина, Г. Шмидт, Дж. Эванс.

Знакомство с отечественными теоретическими и практическими наработками в исследуемой области происходило с помощью трудов В. В. Адамчука, Т. Ю. Базарова, О. А. Дейнеко, Д. К. Захарова, А. А. Иванова, А. Я. Кибанова, И. В. Корнеевой, Ю. Д. Красовского, М. В. Розина, Э. М. Саруханова, В. В. Томилова, Л. Н. Семерковой и др.

В теории описаны разные подходы к раскрытию сущности маркетинга персонала. В рамках настоящего исследования маркетинг рассматривается как способ реализации стратегии организации и формирования единых ценностей у всех ее сотрудников [2].

Практическим аспектом маркетинга персонала является внутрифирменное маркетинговое исследование, цель которого – выяснить степень удовлетворенности работников компании товарами и услугами отдельных подразделений и компаний в целом. Особенно в таком маркетинге нуждаются компании, в которых работает большое количество сотрудников.

В настоящее время роль маркетинга персонала сформировалась, закрепилась и продолжает возрастать как одна из важнейших составляющих системы управления персоналом.

Учет внешних и внутренних факторов, определяющих направления маркетинга персонала, позволяет разработать комплекс мероприятий по отбору и развитию персонала, определить объем финансовых ресурсов, необходимых для достижения поставленных целей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Волошина, Е. С. Внутренний маркетинг как новая концепция управления персоналом / Е. С. Волошина // Проблемы развития современной экономики: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. Ставрополь, 2017. – С. 60-64.
2. Дмитриева, С. Д. HR-маркетинг как составляющая системы управления персоналом / С. Д. Дмитриева // Инновационная наука. – 2016. – № 2-1 (14). – С. 109-112.
3. Шатовицкая, Ю. С. Инновации в управлении персоналом / Ю. С. Шатовицкая // Вестн. Могилев. гос. ун-та им. А. А. Кулешова. Сер. Д, Экономика, управление, право. – 2018. – № 6. – С. 53-59.

СОВРЕМЕННЫЕ КАЧЕСТВА МОЛОДОГО РУКОВОДИТЕЛЯ

Иванашко Н. Д. – студент

Научный руководитель – **Дорошкевич И. Н.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Существует множество компаний и фирм, но почему одни успешны, а другие нет? Все дело в руководстве. Для эффективного управления необходимы личностные качества руководителя.

Нами проведено глубинное интервью среди студентов 1 курса экономического факультета, результаты которого составят ответ на вопрос о необходимых качествах современного руководителя.

Большинство ученых склоняются к мысли, что существуют врожденные качества руководителя и приобретенные, которые сформировываются из личного опыта и профессиональных навыков [1]. Также необходимо расставлять приоритеты между качествами для дальнейшего их развития.

Общеизвестно, что существуют личностные качества, связанные с характером, психологией человека и профессиональные качества, связанные со специализацией человека в рабочей отрасли.

По результатам интервью оказалось, что одно из самых важных качеств руководителя – это эмоциональный баланс и твердость духа. В зависимости от ситуации проявлять надо разные эмоции, но держать их в балансе и не переусердствовать.

Следующее важное качество – это постоянное развитие. Хороший руководитель должен всегда развиваться в профессиональной сфере и показывать пример для подчиненных.

Также выделяется строгость, во всех ее проявлениях. Руководитель должен требовать от подчиненных дисциплины и порядка, т. к. отсутствие дисциплины может привести к неэффективности работоспособности подчиненных.

Далее идет умение прислушиваться к другим работникам. Не всегда стояя на своей позиции приводит к успеху, необходимо слушать других, ведь иногда советы подчиненных могут быть более эффективны, нежели свои.

Также одно из важных качеств – это точность, ведь очень важно понять какую-либо информацию до последней мелочи, которая может очень негативно сказаться при невнимательности. Это качество очень нужно для подписания различных документов и ценных бумаг.

Коммуникативность одно из важнейших качеств руководителя.

Она помогает выражать точно свои мысли, чувства, эмоции так, чтобы они были понятны подчиненным. Необходим баланс коммуникативности, ведь как недостаток, так и избыток пагубно повлияют на управление. Из-за недостатка сотрудники могут не понять до конца руководителя, а из-за избытка можно нечаянно сказать лишнюю информацию, которая может обратиться против фирмы или самого руководителя.

Стрессоустойчивость и терпеливость также важные качества для управленца. Руководителю необходимо не поддаваться панике в нестандартных ситуациях и событиях, чтоб не наделать глупостей [2]. В спешке не получится добиться качественного результата, необходимо двигаться к цели осторожно.

Ответственность – это также важное качество, но оно не то что главное, оно базовое, без которого руководителем просто не стать. Ведь если скидывать свои обязанности на других, то навыков и опыта попросту не будет, и такого руководителя просто подсидят.

Отсутствие гордыни – иногда это качество просто необходимо, особенно для договоренностей между другими компаниями и высшими руководящими органами.

Таким образом, по мнению молодежи, эти качества очень важны в тех или иных ситуациях, и если у руководителя нет большинства вышеперечисленных качеств, то им необходимо обучиться. Помимо положительных качеств есть и отрицательные, быть полностью идеальным руководителем нельзя – можно лишь попытаться уменьшить количество негативных качеств или хотя бы уменьшить их влияние. Однако для успешного управления у хорошего руководителя положительные качества должны доминировать.

ЛИТЕРАТУРА

1. Леванов, С. Ю. Юрико-управленческая составляющая профессиональных компетенций специалистов / С. Ю. Леванов, И. Н. Дорошкевич // Перспективы развития высшей школы: материалы XIII междуна. науч.-метод. конф. / редкол. В. К. Пестис [и др.]. – Гродно: ГГАУ, 2020. – С. 306-309.
2. Козлов, А. А. Психологическое выгорание – излечимый синдром / А. А. Козлов, И. Н. Дорошкевич // Перспективы развития высшей школы: материалы VI международной научно-методической конференции / Учреждение образования «Гродненский государственный аграрный университет». – Гродно, 2013. – С. 70-72.

УДК 631.155 : [633.1+633.31/.37] (476)

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНОВЫХ И ЗЕРНОБОБОВЫХ КУЛЬТУР В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Игнатович В. И., Суша С. С. – студенты

Научный руководитель – **Язубец Л. А.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Обеспечение продовольственной безопасности является одним из приоритетных направлений любого государства. В Республике Беларусь уровень собственного производства достаточен для удовлетворения потребности внутреннего рынка республики: в молоке и молокопродуктах – на 253,3 %, мясе и мясопродуктах – на 134,2 %, яйцах – на 127,7 %, овощах и бахчевых культурах – на 101,8 %.

По итогам 2021 г. в Беларуси произведено в расчете на душу населения 787 кг зерна, 366 кг картофеля, 293 кг овощей, 416 кг сахарной свеклы, 134 кг скота и птицы (в убойном весе), 840 кг молока и 379 шт. яиц. Это высокие показатели среди государств-членов Евразийского экономического союза. Указанные целевые объемы позволят обеспечить насыщение внутреннего рынка отечественной продукцией высокого качества, а также увеличить экспорт агропродовольственных товаров до 7 млрд. долл. США [1].

Зерно как сельскохозяйственная продукция в экономическом отношении имеет ряд преимуществ. Оно хорошо хранится в сухом виде, легко перевозится на большие расстояния, имеет высокую степень сыпучести. Все эти особенности зерна используются при строительстве элеваторов, зернохранилищ, а также при транспортировке и создании государственных запасов продовольствия и кормов. Таким образом, всемирное увеличение производства зерна – главная задача сельского хозяйства.

Общая потребность республики в зерне составляет 9-10 млн. т, в т. ч. продовольственного – 2-2,5 млн. т (в весе после доработки). В перспективе валовой сбор зерна будет увеличиваться как за счет роста урожайности зерновых культур, так и за счет расширения площади их посева. Однако наибольшую долю прироста предстоит получить за счет повешения урожайности, т. е. на базе совершенствования селекционной работы и повсеместного внедрения интенсивных технологий возделывания зерновых культур, их уборки, транспортировки, послеуборочной доработки и хранения зерна.

Развитие отрасли производится в основном экстенсивными методами – увеличением посевных площадей, в то время как валовые сборы

снижаются вследствие колебания урожайности из-за погодных условий. В связи с тем, что материальные ресурсы весьма ограничены, первоначальной задачей является уменьшение потерь и экономия зерна за счет его рационального потребления. В ближайшей перспективе половина недостающего зерна может быть получена за счет расширения посевов и совершенствования структуры зернового клина, вторая – за счет интенсификации.

В последние десятилетие посевы зерновых и зернобобовых культур в республике размещаются на площадях 2315-2715 тыс. га, урожайность находится на уровне 26,7-36,7 ц/га. Средняя урожайность зерновых и зернобобовых культур по всем категориям хозяйств в 2021 г. составила 29,8 ц/га. Валовой сбор зерна в 2021 г. составил 7320 тыс. т, что на 4,8 % больше, чем в 2010 г., но на 16,5 % меньше по сравнению с 2020 г. Также необходимо отметить, что площадь посева зерновых и зернобобовых культур в Республике Беларусь за последние 12 лет сократилась на 4,4 %, при этом прирост урожайности составил 7,6 %. Уровень рентабельности зерна увеличился на 39,1 п. п. и в 2020 г. составил 24,4 %. Наибольшего значения он достигал в 2012 г. – 26,2 %.

Развитие зернового рынка предполагает создание новой модели хозяйствования и изменение экономической политики в части производства, сбыта и использования зерна.

Отметим, что на эффективность производства зерна оказывают влияние многочисленные факторы. Высшим критерием эффективности является полное удовлетворение общественных и личных потребностей при наиболее рациональном использовании имеющихся ресурсов.

Зерновое производство является наиболее крупной отраслью сельскохозяйственного производства и имеет важное экономическое и социальное значение. От того, насколько рационально она ведется, в значительной мере зависит эффективность функционирования всего агропромышленного комплекса. Уровень развития зернового производства определяет не только степень потребления населением продуктов питания из зерна, но и тот факт, что зерно является одним из ведущих компонентов в рационе животных.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 08.02.2023.

ОНИОМАНИЯ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ТЕОРИИ МАССОВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

Камчиц Н. С. – студент

Научный руководитель – **Дорошкевич И. Н.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Понятие «общество потребления» связано с социально-экономическим и культурным феноменом, окончательно стабилизировавшимся в развитых странах во второй половине XX века. В потреблении, выходящем за рамки борьбы за физическое существование, в различной степени участвует подавляющее большинство населения и довольно ясно прослеживается тенденция к потреблению ради потребления.

Наша цель проанализировать такое явление, как ониомания, которая в сферу научного интереса попала относительно недавно. В связи с тем, что подобная модель потребления, которая свойственна только зрелому обществу потребления, приобрела массовый характер, ониомания стала предметом изучения в философии антропологии и философии культуры, в социологии и психологии, маркетинге и социальной психологии [1].

Впервые термин «ониомания», ввел еще в конце XIX в. немецкий психиатр Эмиль Крепелин. Ониомания – непреодолимое желание что-либо покупать без необходимости, один из видов аддиктивного поведения, который проявляется хроническим навязчивым стремлением (страстью) к совершению покупок.

Ониомания, как вид потребительского поведения, напрямую связана с тем фактом, что в существующем обществе потребления информация и массовая культура нацелена на стимуляцию процессов приобретения различных материальных и нематериальных благ. Сегодня проводятся исследования в области маркетинга, которые имеют своей целью найти дополнительные рычаги воздействия на сознание, желания и эмоции потребителей. Результаты этих исследований ложатся в основу масштабных рекламных кампаний, увеличивающих число поклонников того или иного продукта/бренда. Парадокс, как правило, заключается в том, что человеку попросту и не нужны так хорошо навязываемые ему всеми доступными средствами товары или услуги. Экономическая система тесно переплетается с культурой потребления, а бизнес производит такие феномены культуры, как вкусы, желания, ценности, нормы поведения, интересы. Конкуренция производителей порождает конкуренцию потребителей. Человек в обществе потребления стремится потреблять так, чтобы, с одной стороны, быть «не хуже других», а с другой – «не сливаться с толпой». Ходить

несколько лет в одной и той же одежде (с одним телефоном больше полугода, ездить на одной машине больше пяти лет) – стало социально неодобряемым, своего рода девиантным поведением. Ученые подчеркивают, что представители среднего класса наиболее зависимы от покупок, аддикция формируется под влиянием продуктов массовой культуры, где ониомания демонстрируется как норма поведения. Актуальность данной проблемы подтверждается материалами исследований, констатирующие, что ониомания охватила уже более 10 % населения планеты и этот показатель имеет тенденцию к быстрому увеличению, т. к. существующие онлайн-технологии, предоставление потребительских займов (кредитов) в магазинах, выдачей банками кредитных карт и т. д. значительно упрощает процесс. Следует отметить, что для данной модели потребления характерно: совершение покупок не с целью удовлетворения потребности в тех или иных товарах и услугах, а ради самого процесса покупки, а также с целью получения терапевтического эффекта (снятия стресса, эмоциональная разрядка и т. п.) [2]. Преобладание эмоциональных желаний потребителя в приобретении товаров и услуг в количестве, превышающем реальные потребности, замещение жизненных смыслов и других ценностей такими заменителями, как покупки дорогостоящих вещей, смещение приоритетов на приобретение материального в ущерб духовному, причем даже серьезные суммы не являются барьером. Людей не останавливают даже огромные долги и государственная принадлежность средств.

Резюмируя вышеизложенное, можно увидеть, что ониомания, как очевидный феномен современного общества, ведет к появлению не только социальных, психологических, но и широкого спектра иных проблем. Моральные ценности общества потребления и такая быстро растущая модель потребления, как ониомания, отрицают необходимость всестороннего умственного, нравственного и духовного развития человека. Суть теории массового потребления заключена не в возможности приобрести рекламируемый товар, а в желании это сделать, потребление локализовано не в кармане, а в сфере желания, где господствует выступающий смыслом жизни символизм материальных объектов, влекущий потребителей приобретать вещи и тем самым наделять себя определенным статусом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Овруцкий, А. В. Импульсивное потребление в психологии и экономике: дифференциация подходов и их интеграция в рамках экономической психологии / А. В. Овруцкий // Психолог. – 2018. – № 6. – С. 62-78.
2. Дорошкевич, И. Н. Концепция Шета-Ньюмана-Гросса в отношении лекарственных растений / И. Н. Дорошкевич // «Современные технологии сельскохозяйственного производства»: материалы XVIII Международной научно-практич. конф., – Гродно, 2015. – С. 39-40.

НАПРАВЛЕНИЕ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Карпеш Д. В. – студент

Научный руководитель – **Лабурдова И. П.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Финансовое состояние является одним из главных условий ее эффективного существования. Финансовое состояние говорит о способности компании самостоятельно поддерживать свою платежеспособность, финансировать средства в развитие. Основные критерии достижения стабильного финансового состояния компании можно сформулировать следующим образом: обеспечение платежеспособности, ликвидности бухгалтерского баланса и финансовой независимости. Финансовое положение организации находится в непосредственной зависимости от того, насколько быстро средства, вложенные в активы, превращаются в реальные деньги.

Цель работы. В рамках данной статьи мы рассмотрим направления улучшения финансового состояния организации.

По мнению А. А. Адаменко, финансовое состояние предприятия – это его способность финансировать свою деятельность [1].

Рекомендации по улучшению финансового состояния предприятия направлены на повышение удельного веса собственного капитала в структуре оборотных активов:

– Снижение затрат. Иногда достаточно ввести или улучшить контроль за расходами. Контроль подразумевает под собой анализ расходов. Например, если значительная часть средств тратится сотрудниками на обеды в дорогих ресторанах, это может быть как бесконтрольное растрачивание денег, так и инвестиции в поиск новых клиентов, расширение клиентской базы, создание и подкрепление имиджа и др. Анализ ситуации покажет, растет ли число подписанных контрактов, узнаваемость фирмы.

– Инвентаризация запасов. Подвести товарные запасы к такому уровню, чтобы они не превышали в стоимостном выражении долгосрочные кредиты. В идеале, их финансирование осуществлять полностью за счет собственных средств (собственного капитала) [3].

Рекомендуется провести такие мероприятия, как:

1. Уменьшить резервы, не критичные для предприятия. Например, распродать со скидками залежалые товары;

2. Усовершенствовать складское хранение. Высвобожденные за

счет этого дополнительные площади перераспределить;

3. Внедрить новую или повысить эффективность имеющейся системы заказов на снабжение, оптимизировать документооборот.

4. Использование основных фондов. Выявление резерва производственных мощностей. Например, организация медленно осваивает, вводит в действие производственные цеха. Либо недостаточно полно использует имеющиеся в наличии. Цеха простаивают, налоги на них уплачиваются, денежные средства заморожены. Можно предложить следующие пути: перераспределить загрузку мощностей и оборудования; высвободить мощности за счет перегруппировки; увеличить время работы действующего оборудования, сократить простои. Производственные, складские, административные площади следует проанализировать на предмет их сокращения, продажи, сдачи в аренду.

5. Продумать систему стимулирования должников к погашению долгов: скидки, специальные условия, прощение части долга и др. В крайнем случае продать банку дебиторскую задолженность. Пересмотреть на будущее оценку деловых партнеров, подсчет рисков, прогнозы возврата дебиторской задолженности.

Итак, меры по улучшению финансового состояния предприятия необходимо направить на поддержание финансовой устойчивости, а именно – на рост собственного капитала в структуре оборотных средств [2].

Грамотная разработка мероприятий позволяет вывести предприятие на высокую доходность, а анализ финансовой, производственной составляющей организации необходимо проводить регулярно. Такие меры позволят организации оставаться в лидерах производства, повышать свои мощности, организовывать, планировать свою деятельность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Адаменко, А. А. Актуальные вопросы формирования финансовой отчетности компаний / А. А. Адаменко, Е. А. Оксанич, Р. А. Алыев // Вестник Академии знаний. – 2021. – № 3 (44). – С. 8-11.
2. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК: Учебник / Г. В. Савицкая- 6 изд. – Мн.: Новое знание, 2016. – 652 с.
3. Шеремет, А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности / А. Д. Шеремет. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 307 с.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК РАЗЛИЧНОГО УРОВНЯ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ

Карпеш Д. В. – студент

Научный руководитель – **Гайдуков А. А.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Нормальное экономическое развитие зависит от степени отлаженности системы расчетов между хозяйствующими субъектами, от своевременности выполнения ими своих обязательств. Практика показывает, что срыв погашения задолженности одним предприятием отрицательно влияет на платежеспособность многих взаимосвязанных между ними участников хозяйственной деятельности. Следовательно, наиважнейшая задача финансовых, коммерческих и других служб – достижение полной платежеспособности [2].

Очевидно, что предприятия АПК в современных условиях значительно различаются по уровню платежеспособности. Данные различия обусловлены неоднородным влиянием основных факторов на формирование финансового состояния и, в частности, платежеспособности. Это обуславливает необходимость количественной оценки воздействия таких факторов на изменение платежеспособности организаций АПК.

Цель работы – провести сравнительный анализ влияния основных факторов на изменение отдельных показателей финансового состояния по платежеспособной и неплатежеспособной организации АПК отдельного региона.

В процессе анализа использованы данные годовой бухгалтерской отчетности сельскохозяйственных организаций Горецкого района Могилевской области Республики Беларусь за 2020-2021 гг. В качестве основного метода исследования использован детерминированный факторный анализ [3].

Ярко выраженной неплатежеспособной организацией Горецкого района в последние годы является коммунальное сельскохозяйственное унитарное предприятие (КСУП) «Племзавод «Ленино». Основные показатели, характеризующие финансовое состояние данной организации, находятся на уровне, значительно ниже нормативных значений. В свою очередь, для сравнительной оценки с использованием факторного анализа целесообразно использовать данные по закрытому акционерному обществу (ЗАО) «Горы», которое характеризуется высокой платежеспособностью.

Для проведения анализа использованы коэффициенты платежеспособности: коэффициент текущей ликвидности (К1) и коэффициент обеспеченности обязательств активами (К3) [1]. В процессе анализа определено количественное влияние основных факторов на изменение приведенных коэффициентов по указанным организациям АПК за период 2020-2021 гг. Результаты факторного анализа К3 приведены в таблице.

Таблица – Результаты факторного анализа К3

Организация	Коэффициент обеспеченности обязательств активами				Отклонение (+/-)			
	2020 г.	Усл ₁	Усл ₂	2021 г.	всего	В т. ч. за счет:		
						КО	ДО	ИБ
КСУП	0,65	0,59	0,57	0,54	-0,11	-0,06	-0,02	-0,03
ЗАО	0,41	0,41	0,38	0,38	-0,03	–	-0,03	–

Таким образом, в КСУП «Племзавод «Ленино» наблюдается более значительное снижение коэффициента обеспеченности обязательств активами. На данный результат оказало влияние как снижение обязательств, так и увеличение активов организации. В ЗАО «Горы» уменьшение К3 вызвано снижением суммы долгосрочных обязательств. Относительно коэффициента текущей ликвидности можно отметить, что его рост в обоих предприятиях вызван увеличением краткосрочных активов. Тем не менее, в КСУП «Племзавод «Ленино», в отличие от ЗАО «Горы», изменение краткосрочных обязательств также положительно сказалось на изменении платежеспособности. В целом можно заключить, что в неплатежеспособной организации за указанный период произошли более значительные изменения в положительную сторону.

ЛИТЕРАТУРА

1. Инструкция о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования [Электронный ресурс]: постановление М-ва финансов Респ. Беларусь и М-ва экономики Респ. Беларусь, 27 дек. 2011, № 140/206: в ред. постановления М-ва финансов Респ. Беларусь и М-ва экономики Респ. Беларусь от 04.11.2017 г., № 33/23 // Бизнес-инфо: аналит. правовая система / ООО «Профессиональные правовые системы». – Минск, 2023.
2. Курьянов, А. В. Анализ платежеспособности и рейтинговая оценка деятельности предприятий АПК / А. В. Курьянов, О. С. Данилина. – Наука и образование. – 2019. – Т. 2. – № 2. – С. 445.
3. Гайдук, А. А. Теоретические основы бухгалтерского учета и анализа (часть 2): методические указания и задания для практических занятий / А. А. Гайдук, В. В. Мангутова. – Горки: БГСХА, 2017. – 35 с.

УДК 637.1(476)

ПРОИЗВОДСТВО МОЛОКА И МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Касьян Н. И. – студент

Научный руководитель – **Гришанова О. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Молоко – полноценный и калорийный продукт питания. Молочное скотоводство – одна из наиболее важных отраслей животноводства. Оно служит источником таких ценных продуктов питания, как молоко, мясо, а также источником сырья для промышленности. Значительное место молочного комплекса определено также высокой ценностью его конечной продукции в структуре питания населения Республики Беларусь. Молочная промышленность вырабатывает необходимые продукты питания, в т. ч. для детей и диетического питания. Молочные продукты по содержанию белка и его биологической ценности стоят на первом месте среди других продуктов питания.

В настоящее время важнейшей государственной задачей в Республике Беларусь является обеспечение народного хозяйства молоком и молочными продуктами собственного производства, наращивание экспортного потенциала.

В таблице представлены основные показатели производства молока в Республике Беларусь за 2017-2021 гг.

Таблица – Основные показатели производства молока в Республике Беларусь [2]

Показатели	Годы				
	2017	2018	2019	2020	2021
Валовое производство молока, тыс. т	7321	7345	7394	7512	7589
Надой молока на корову в год, кг	4989	5004	5043	5314	5412
Количество коров, тыс. гол.	1500	1498	1492	1481	1430

Из данных таблицы видно, что валовое производство молока за исследуемый период увеличилось на 3,7 %. Надой молока на корову в 2021 г. увеличился на 8,5 % по сравнению с 2017 г., однако произошло сокращение поголовья коров 70 тыс. гол., что характерно для интенсивного развития отрасли.

За 2021 г. в стране реализовано 62,2 % молока сорта «экстра», что на 2,7 п. п. выше уровня 2020 г. и на 7,9 п. п. уровня 2017 г. Высокое качество сырья позволяет расширить возможности перерабатывающей промышленности по выпуску молочной продукции, конкурентоспособной на внутреннем и внешнем рынках. Показатель рентабельности

продаж молока за 2021 г. составил 21,2 % [3].

Молочные холдинги и заводы Беларуси производят огромный ассортимент продукции: молоко разных видов, сливочное масло, сметану, кефир и другие знаменитые кисломолочные напитки, творог, йогурты и десерты, мороженое, сыры. Сегодня ассортимент молочной продукции, производимой в Беларуси, превышает 1500 наименований – только одних сыров выпускается около 330 видов, масла сливочного – 30, цельномолочной продукции – более 700 видов. Более 60 % произведенных в Беларуси молочных продуктов направляются на экспорт. Беларусь входит в число основных экспортеров молочной продукции в мире.

Таким образом, молочная отрасль страны имеет доминирующее значение в перерабатывающей промышленности, т. к. производит самые важные для населения страны продукты питания.

ЛИТЕРАТУРА

1. Государственная программа «Аграрный бизнес» на 2021-2025 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by>. – Дата доступа: 09.01.2023.
2. Сельское хозяйство Республики Беларусь: статистический сборник/ Национальный статистический комитет Республики Беларусь; [редколлегия: И. В. Медведова и др.]. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2021. – 179 с.
3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/economics/view/v-belarusi-proizvodstvo-moloka-za-pjat-let-vyroslo-na-11-485248-2022/>. – Дата доступа: 10.01.2023.

УДК 339.138: 316.472.4

МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: СПЕЦИФИКАЦИЯ ПРИМЕНЕНИЯ, ПРИМЕРЫ

Кашура Ю. Н. – студент

Научный руководитель – **Дорошкевич И. Н.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Social media marketing, или SMM – обязательная стратегия для современных брендов. Компания не может оставаться в стороне от каналов, используемых для взаимодействия по всему миру, и при этом добиваться успеха. Маркетологу нужно хорошо знать каждую платформу и разрабатывать планы по улучшению своих результатов на каждой из них. Сейчас маркетинг в социальных сетях важен для белорусского бизнеса, однако не всегда используется. Поэтому в качестве цели работы нами изучены элементы SMM для отечественного бренда ООО «Mark Formelle».

Бренд должен быть представлен в таких основных социальных сетях, как Instagram, TikTok и Telegram. Каждая социальная платформа

имеет свои особенности, аудиторию, формат и способы общения. Маркетинг в социальных сетях – это комбинация стратегий для продвижения бренда в интернете, позволяющая достичь как общих, так и конкретных маркетинговых целей. SMM повышает вовлеченность на указанных платформах и привлекает больше потенциальных клиентов, склонных к конверсиям, что увеличивает продажи. Для достижения успеха в этой области требуются такие действия, как планирование, производство контента, взаимодействие с подписчиками и аудиторией, инвестиции в рекламу, мониторинг, оптимизация стратегии.

Так, в компании ООО «Mark Formelle» (MF) создается контент план для социальных сетей Instagram и Telegram. Для составления контент-плана SMM-специалисты берут в работу уже произведенный собственными силами контент с учетом пожелания потребителя, градируют его по рубрикам (новинки недели, образы от стилиста, обзоры новой коллекции, проведение розыгрышей и т. д.), добавляют видео Reels. Все эти действия нужны для того, чтобы пользователю было интересно постоянно наблюдать за жизнью бренда, выходом новых капсульных коллекций одежды, первыми узнавать об акциях, скидках, розыгрышах и тем самым – оставаться постоянным и любимым покупателем.

Так, на рисунке 1 представлен контент-план MF – как распланированный на неделю или месяц контент для социальной сети, в виде отдельного ежедневного поста с составляющей визуальной частью (фото, видео), та же информационным текстом, который будет опубликован.

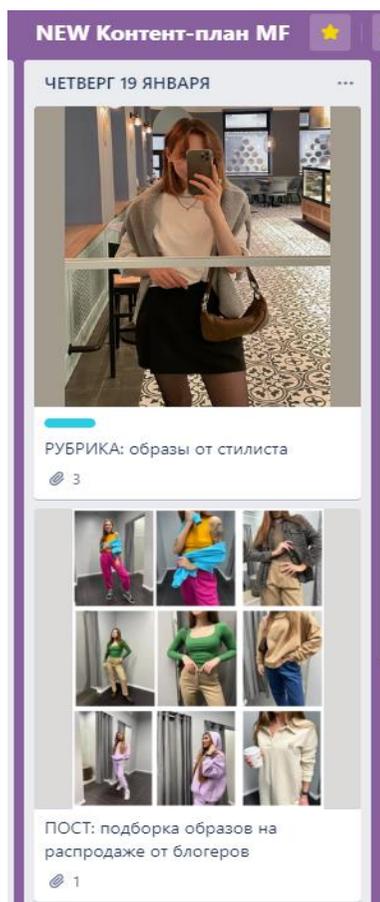


Рисунок 1 – Контент-план MF для постинга в Instagram

В контент-план добавляются новые рубрики для постинга (образы от стилиста, распродажа с блогерами), тем самым делается более привлекательным и наполненным аккаунт ООО «Mark Formelle», повышает вовлеченность и укрепляет связи с аудиторией, дает возможность показать людям, что представляет из себя бренд; показывая, что это больше, чем просто продукт и цена.

После публикации поста и просмотра ее подписчиками идет анализ статистики данных за месяц. На рисунке 2 видим, что охват одной публикации за месяц составил 400 631 чел., после просмотра поста пользователи переходили дальше в профиль аккаунта и переходили на сайт для совершения покупок. Также можно сделать вывод, что материал был полезен для подписчиков, т. к. его сохранили 4713 раз и поделились с друзьями 4792 раза. Конверсия составила 0,14 на 1 пользователя.

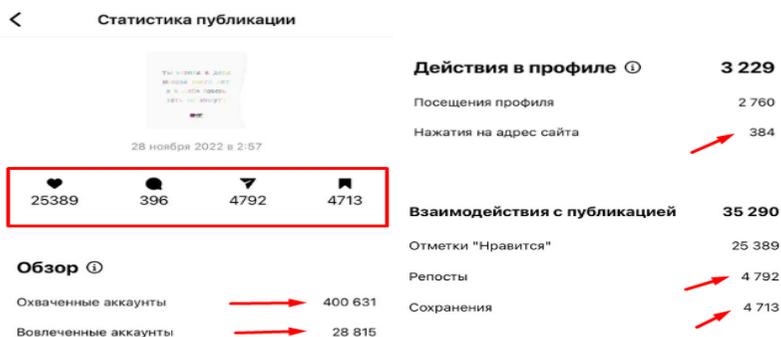


Рисунок 2 – Статистика месячной реакции на публикацию поста ООО «Mark Formelle» в Instagram

SMM генерируют больше трафика и конверсий, тем самым вносят непосредственный вклад в более глубокие этапы пути покупателя. Социальные сети – это идеальный канал для привлечения потенциальных клиентов.

Таблица – Выборка аналитики подписчиков ООО «Mark Formelle» в 2022-2023 гг.

период анализа	всего подписчиков	подписалось	постов	переходов на сайт	охват пользователей
5-11 декабря	1 016 236	1 460	15	23 313	2 363 223
12-18 декабря	1 009 499	2 151	15	28 465	2 908 298
19-25 декабря	1 006 377	2 721	15	46 520	2 836 583
26 дек-1 янв	1 028 529	39 527	14	35 646	2 939 874
2-8 января	1 017 973	3 020	15	20 325	3 171 157

Для увеличения числа аудитории подписчиков был проведен рекламный ГИВ в период с 26 по 1 января 2023 г., в аналитике мы видим, что число подписчиков увеличилось на 39 527 чел. Из этого следует, что увеличилось количество переходов на сайт и увеличился охват аудитории. Можно сделать вывод, что число потенциальных клиентов за неделю выросло до 35 646 человек.

Таким образом, сочетание рекламы со знанием аудитории – это мощный способ повысить коэффициент конверсии и инвестиции в маркетинг становятся более эффективными.

ЛИТЕРАТУРА

1. Что такое маркетинг в социальных сетях? Все что вам нужно знать [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ardma.net/marketing/internet-marketing/social-media-marketing/>. – Дата доступа: 20.01.2023.

УДК 336.221 : 336.14(476)

НАЛОГИ В ФОРМИРОВАНИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Кипцевич В. С. – студент

Научный руководитель – Лабурдова И. П.

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Государственный бюджет – это самый главный финансовый документ в стране. Он включает в себя сметы каждого ведомства государства, а также госслужб и программ правительства. В государственном бюджете определяются потребности, которые необходимо удовлетворить за счет казны страны. Также в данном документе непременно указываются все ожидаемые поступления в казну и их источники [1].

Налоговые доходы выражают экономические отношения, возникающие у государства с предприятиями, организациями, гражданами в

процессе формирования государственного бюджета и нуждаются в постоянном совершенствовании для формирования полноценной доходной базы государственного бюджета.

Цель исследования – определить роль налогов в формировании доходов государственного бюджета страны.

Доходы и расходы государственного бюджета являются важнейшим элементом бюджетной системы.

Доходами являются денежные поступления в бюджет безвозмездно и безвозвратно.

Налоги выступают главной формой мобилизации государственных доходов. Они [налоги] составляют более 80 % всего бюджета государства. Структура налоговых платежей в бюджет, контролируемых налоговыми органами за последние 3 года, представлена в таблице.

Таблица – Структура платежей в бюджет, контролируемых налоговыми органами, %

Наименование налога	2022 г.	2021 г.	2020 г.
Налог на добавленную стоимость	33,6	53,1	37,1
Подходный налог	18,2	-	19,9
Доходы от внешнеэкономической деятельности	9,5	20,6	12,5
Акцизы	6,6	15,0	9,4
Налог на прибыль	10,3	5,0	8,3
Налог на собственность	3,4	-	4,2
Иные налоговые доходы	18,4	6,3	8,6
Итого	100,0	100,0	100,0

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [2]

Исходя из структуры, наибольший удельный вес занимает НДС, подоходный налог. Наименьший – налог на собственность.

Реализуемая бюджетно-налоговая политика направлена на повышение устойчивости бюджетной системы и эффективности использования бюджетных средств.

Налоговая нагрузка на экономику в 2022 г. прогнозируется в размере 22,6 % к ВВП и не должна превысить уровня, предусмотренного в программных документах социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021-2023 гг.

Сегодня по обычной деятельности уплачивается только 5 платежей: НДС (основная ставка – 20 %), налог на прибыль (18 %), налог на недвижимость (0,1 %), земельный налог (в зависимости от вида земель и местонахождения), отчисления в ФСЗН (для организаций – 35 %, для граждан – 1 %). Все прочие платежи уплачиваются разово, при наступлении соответствующих обстоятельств (госпошлина, оффшорный, гербовый и консульский сборы и др.) или при наличии объектов налогообложения (таможенные пошлины, акцизы, экологический налог, налог за

добычу природных ресурсов) [2].

К настоящему времени в республике практически создана систематизированная нормативно-методическая база налогообложения.

Таким образом, доходная часть бюджета Республики Беларусь формируется в основном за счет налоговых платежей. Именно эти обязательные платежи обеспечивают государственную казну стабильными поступлениями, создают единые условия хозяйствования для разных субъектов, возможности прогнозирования развития их деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minfin.gov.by/>. – Дата доступа: 10.01.2023.
2. Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nalog.gov.by/>. – Дата доступа 10.01.2023.

УДК 339.138

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Клянченко Е. А. – студент

Научный руководитель – **Бельчина Е. М.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

Одной из наиболее важных задач при планировании деятельности организации является формирование и поиск взаимодействия субъекта хозяйствования с постоянно изменяющейся окружающей средой, что отражается в маркетинговой стратегии. От степени эффективности маркетинга зависят преимущества организации на конкурентном рынке, что возможно лишь за счет выпуска товаров, наиболее полно удовлетворяющих потребности потребителей данного вида продукции.

Проведенные исследования на базе ОАО «Сморгонский агрегатный завод» (ОАО «САЗ») позволили установить, что маркетинговая стратегия развития организации должна быть направлена на укрепление сотрудничества с существующими дилерами, расширение товаропроводящей сети, укрепление своих позиций на отдельных товарных рынках, а также на поиск новых потенциальных партнеров. Вместе с тем следует обратить внимание и на показатели финансового состояния и финансовые результаты деятельности организации как факторы конкурентоспособности.

Одним из основных направлений стратегии маркетинга ОАО «САЗ» может стать продвижение мини-техники на новые рынки

сбыта. С этой целью нами проведен СВОТ-анализ исследуемой организации (таблица 1) и изучены ее финансово-экономические показатели деятельности (таблица 2).

По результатам анализа установлено, что к преимуществам ОАО «Сморгонский агрегатный завод» можно отнести хорошую репутацию на рынке, широкую номенклатуру продукции, все это способствует привлечению покупателей, т. к. у организаций-конкурентов может отсутствовать необходимый товар.

Также следует обратить внимание, что при разработке маркетинговая стратегия и оценке конкурентоспособности необходимо учитывать финансовое состояние и финансовые показатели деятельности организации.

Из данных таблицы 2 видно, что наблюдается тенденция роста выручки и прибыли от реализации продукции, а также чистой прибыли.

Таблица 1 – Матрица СВОТ-анализа ОАО «Сморгонский агрегатный завод»

<p>Сильные стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Широкая номенклатура производимой продукции • Надежная репутация, устоявшаяся сеть партнеров 	<p>Слабые стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Высокий износ основных средств • Недостаток квалифицированных кадров • Зависимость от ключевых поставщиков • Сезонность спроса на производимую продукцию
<p>Возможности:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Переоснащение и модернизация производства • Освоение новых и инновационных видов продукции • Выход на новые рынки сбыта • Развитие сборочных производств техники в странах СНГ и ДЗ 	<p>Угрозы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Рост конкуренции • Сокращение рынков сбыта • Снижение покупательской способности населения • Рост цен на сырье, энергоносители • Экономические риски

Таблица 2 – Финансово-экономические показатели деятельности ОАО «Сморгонский агрегатный завод» в 2019-2021 гг.

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Изменение, %	
				2021 г. к 2020 г.	2020 г. к 2019 г.
Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	69 860	78 152	98 371	125,9	111,9
Прибыль от реализации продукции, тыс. руб.	204	2785	4599	165,1	1265,2
Чистая прибыль, тыс. руб.	11	204	2663	13,05 раз	18,5 раз
Рентабельность реализованной продукции, %	0,3	3,6	4,7	1,1 п. п.	3,3 п. п.
Рентабельность активов, %	0,014	0,2	2,9	2,7 п. п.	0,2 п. п.
Рентабельность собственного капитала, %	0,023	0,4	4,6	4,2 п. п.	0,3 п. п.

С целью повышения эффективности маркетинговой стратегии ОАО «САЗ» нами рекомендуется использование ежеквартальной отчетности (отчет о финансовом состоянии и расчетах), содержащей коэффициенты финансового состояния; показатели дебиторской и кредиторской задолженности, их оборачиваемости и рентабельность реализованной продукции.

УДК 338.436.33

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ АПК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Ковалевич К. Н. – студент

Научный руководитель – **Горанец С. И.**

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
г. Гродно, Республика Беларусь

Аграрно-промышленный комплекс (АПК) Республики Беларусь является экономически и социально значимой сферой народного хозяйства страны, которая динамично развивается и имеет стабильные результаты работы. На современном этапе существования АПК Беларуси представляет собой крупную межотраслевую подсистему, объединяющую 9 отраслей народного хозяйства: сельское хозяйство, пищевую, молочную, мясную, комбикормовую и легкую промышленность, тракторное машиностроение, строительство, материально-техническое обеспечение, агросервис. В АПК производится около 30 % валового внутреннего продукта. В отраслях АПК занято 1,5 млн. человек, или 1/3 всех работающих в народном хозяйстве [1].

Основные направления совершенствования АПК Республики Беларусь определены в Государственной программе развития аграрного бизнеса на 2021-2025 гг. Целями данной программы являются повышение экономической эффективности АПК, развитие конкурентоспособного и экологически безопасного сельского хозяйства, ориентированного на укрепление продовольственной безопасности Республики Беларусь, обеспечение полноценного питания и здорового образа жизни населения, сохранения и развития сельской местности.

Государственная программа развития аграрного бизнеса включает 9 подпрограмм:

1. «Развитие растениеводства, переработки и реализация продукции растениеводства».
2. «Развитие семеноводства сельскохозяйственных растений».
3. «Развитие животноводства, переработки и реализация

продукции животноводства».

4. «Развитие племенного дела в животноводстве».
5. «Развитие рыбохозяйственной деятельности».
6. «Инженерные противоаварийные мероприятия».
7. «Развитие мелиорации земель сельскохозяйственного назначения».
8. «Развитие и поддержка малых форм хозяйствования».
9. «Обеспечение общих условий функционирования агропромышленного комплекса».

Всего в 2021-2025 гг. финансовое обеспечение составит 290 032 491 398,44 рубля.

К основным рискам, которые могут оказать негативное влияние на достижение целей и решение задач Государственной программы, относятся природно-климатические, торгово-экономические, макроэкономические, внешнеторговые и социальные риски, а также риски эпидемиологического, эпизоотического характера и др.

Оценка эффективности реализации Государственной программы осуществляется в пять этапов, исходя из достижения установленных значений каждого из сводных целевых показателей Государственной программы и целевых показателей ее подпрограмм [2].

Реализация мер Государственной программы будет способствовать:

- повышению эффективности производства сельскохозяйственной продукции за счет внедрения ресурсосберегающих технологий;
- модернизации действующих и развитию новых конкурентоспособных производств;
- повышению конкурентоспособности продукции пищевой промышленности;
- цифровизации отраслей и подотраслей АПК;
- развитию селекции и генетики для нужд устойчивого сельского хозяйства;
- рациональному использованию сельскохозяйственных земель;
- формированию благоприятных условий для развития предпринимательства в сфере сельского хозяйства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тоболіч, З. А. Экономика предприятий агропромышленного комплекса: курс лекцій / З. А. Тоболіч. – Горкі: БГСХА, 2017. – 221 с.
2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 1 февраля 2021 года № 59 «О Государственной программе «Аграрный бизнес» на 2021–2025 годы» [Электронный ресурс] // Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://mshp.gov.by/programms/b81ab6f86bc5670a.html>. – Дата доступа: 09.02.2023.

ДИНАМИКА ЧИСЛЕННОСТИ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Козлова Л. А. – студент

Научный руководитель – **Пестис М. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

К основным рискам, которые могут оказать негативное влияние на достижение целей и решение задач Государственной программы «Аграрный бизнес» на 2021-2025 гг., относятся социальные, обусловленные снижением уровня доходов населения, усилением социальной непривлекательности условий проживания в сельской местности, увеличением разрыва между уровнем жизни в городе и на селе [1]. Негативным экономическим последствием указанной группы рисков является дефицит трудовых ресурсов в АПК страны.

Динамика среднесписочной численности работников сельскохозяйственных организаций Гродненской области за последние 15 лет свидетельствует о стабильной тенденции ее уменьшения. Так, за указанный период общее количество персонала предприятий АПК снизилось на 38,3 %, с 56,7 до 35,0 тыс. чел., в т. ч. занятых в сельхозпроизводстве на 17 923 чел. (35,6 %). Тренд линейной зависимости с высокой степенью достоверности ($R^2 = 0,97$) свидетельствует об ежегодном падении суммарного показателя на -1657 чел. и -1442 чел., занятых основной деятельностью. Следует отметить, что минимальное значение численности персонала по указанным категориям наблюдалось в 2020 г. – 33,1 и 31,0 тыс. чел. соответственно.

Анализируя виды деятельности работников, можно сделать вывод о том, что максимальное сокращение численности персонала с 2007 г. отмечено по категории «неосновная деятельность» – -60 % (-3781 чел.). Указанное изменение к 2021 г. увеличило долю непосредственно занятых в сельском хозяйстве сотрудников с 88,9 до 92,8 %.

Темпы сокращения численности служащих были гораздо ниже, чем рабочих (-20,4 % против -38,6 %), что также обусловило увеличение их доли с 15,0 до 19,3 % в общей структуре персонала.

Максимальный процент сокращения общего количества работников в период 2007-2021 гг. приходится на Ивьевский (70,2 %), Слонимский (64,9 %), Сморгонский (63,9 %) и Зельвенский (59,3 %) районы. Обращает на себя внимание факт уменьшения персонала неосновной деятельности сельскохозяйственных предприятий вышеперечисленных

административных единиц на 91,0-94,5 %. В данных районах показатель численности работников, занятых в сельхозпроизводстве, упал на 56,9-67,9 %.

В Лидском, Ошмянском, Свислочском и Новогрудском районах общее количество сотрудников уменьшилось практически наполовину (48,1-51,3 %), в т. ч. персонала основной деятельности – на 45,5-48,6 %.

Относительно позитивная ситуация наблюдается в Кореличском, Вороновском, Берестовицком районах, где процент сокращения общего персонала составил 29,6; 27,0; 22,9 % соответственно, а основного – 26,1-16,9 %. Отдельно следует выделить Волковысский район, где общее число сотрудников уменьшилось на 12,2 %, при снижении числа сельхозработников лишь на 6,8 %.

Положительной тенденцией является увеличение числа служащих на 19,9 и 3,8 % в Волковысском и Берестовицком районах. Сокращение количества управленческих кадров в Кореличском районе составило -3,2 %, Вороновском – -7,2 %, Мостовском – -11,1 %, в то время как в Зельвенском, Слонимском и Ивьевском районе указанный показатель находился в интервале от -51,6 до -62,1 %.

В количественном исчислении максимальный отток работников зафиксирован в Гродненском (-3380 чел., или 13,3 % от общего числа), Слонимском (-2112 чел. / 8,3 %), Ивьевском (-2033 чел. / 8,0 %), Дятловском (-1952 чел. / 7,7 %), Новогрудском (-1817 чел. / 7,2 %), Лидском (-1781 чел. / 7,0 %) и Щучинском (-1737 чел. / 6,8 %) районах. Аналогичная картина наблюдается и по персоналу основной деятельности.

Анализ среднемесячной заработной платы персонала сельхоз предприятий в 2021 г. не выявил явной зависимости сокращения численности трудовых ресурсов от уровня дохода. Так, в Ивьевском, Лидском и Свислочском районах оплата труда составила 66,3; 77,6 и 81,3 % от среднеобластного показателя соответственно. Относительно высокий уровень заработка отмечен в Сморгонском (111,5 %), Зельвенском (117,5 %), Берестовицком (122,2 %) и Гродненском (135,7 %) районах. В Волковысском, Вороновском и Кореличском районах относительный процент был равен 90,1-96,6 единицам.

Таким образом, можно предположить, что на привлекательность труда в сельской местности также в немаловажной степени влияет развитость социальной инфраструктуры, жилищные и трудовые условия, близость крупных промышленных центров и др.

ЛИТЕРАТУРА

1. Постановление Совета министров Республики Беларусь от 1 февраля 2021 г. № 59 «О Государственной программе «Аграрный бизнес» на 2021-2025 годы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100059>. – Дата доступа: 03.01.2023.

УДК 631.158:658.3.014(476.6)

ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ НАГРУЗКИ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Козлова Л. А. – студент

Научный руководитель – **Пестис М. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Уменьшение количества работников при стабильных площадях и изменении поголовья сельскохозяйственных животных определяет динамику производственной нагрузки персонала.

По итогам 2021 г. количество сельхозугодий на 1 сотрудника в Лидском, Ошмянском, Ивьевском и Сморгонском районах составило 36,1-39,7 га/чел., в то же время в Гродненском, Берестовицком, Щучинском и Дятловском районах отмечено значение в 20,7-25,0 га/чел.

Максимальный рост сельхозугодий, приходящихся на одного работающего в последние 15 лет, наблюдается в Ошмянском районе (+15,5 га/чел.), в Ивьевском, Лидском и Сморгонском районах увеличение составило 14,0-15,2 га/чел., а в Берестовицком, Дятловском, Кореличском и Гродненском – 4,9-6,2 га/чел. Среднеобластное значение анализируемого показателя за пятнадцатилетний период выросло на 7,0 га/чел. – до 26,4 га/чел., или на 36,2 %.

По итогам последних трех лет средняя нагрузка пашни на одного механизатора по области составила 125 га/чел. при минимуме 99-106 га/чел. в Кореличском, Берестовицком и Гродненском районах и максимуме 165-184 га/чел. в Ивьевском, Слонимском и Свислочском районах.

Примечательным является факт пропорционального наличия тракторов и количества механизаторов практически во всех регионах области (1,0-1,1 ед./чел.), за исключением Гродненского района, где указанный показатель равен 1,3 ед./чел. Следовательно, количество пашни на 1 трактор также минимально в Гродненском (81 га), Кореличском (96 га) и Берестовицком (97 га) районах, а максимально – в Слонимском (154 га), Ивьевском (162 га) и Свислочском (163 га) районах.

Средняя уборочная площадь зерновых, зернобобовых культур и рапса на 1 комбайн в 2019-2021 гг. в Гродненской области составляла 276 га. В Свислочском и Островецком районах данный показатель равнялся 330 и 347 га соответственно, а минимальная нагрузка приходилась на Зельвенский (251 га), Гродненский (242 га) и Берестовицкий (226 га) районы.

Обеспеченность хозяйств техникой и соответствующими

трудовыми ресурсами во многом определяют своевременность технологических работ и урожайность культур в отрасли растениеводства.

За период 2016-2021 гг. рост условного поголовья в среднем по области составил 9,7 тыс. гол. (+19,0 %). В Вороновском и Волковыском районах отмечен максимальный процентный рост в 43,1 и 65,6 % соответственно. Уменьшение общего поголовья в Дятловском (-17,4 %), Зельвенском (-23,7 %), Лидском (-31,1 %), Слонимском (-51,0 %) и Ивьевском (-54,1 %) районах обусловлено ликвидацией производства продукции свиноводства и птицеводства.

Средняя нагрузка на одного работника животноводческой отрасли в регионе в 2021 г. составила 48,0 усл. гол./чел., причем в Гродненском и Берестовицком районах данный показатель равен 63,9-66,1 усл. гол./чел., а в Слонимском, Волковыском, Зельвенском и Мостовском районах – 49,6-52,3 усл. гол./чел. Минимальное количество условных голов зафиксировано в Лидском районе (27,7 усл. гол./чел.). В Сморгонском районе за последние 15 лет производственная нагрузка выросла в 2,3 раза, в Дятловском, Зельвенском, Волковыском, Новогрудском и Вороновском районах – на 89,3-100,3 %, а в Лидском, Кореличском и Берестовицком районах – на 26,9-34,7 %, при областном увеличении показателя на 81,2 %.

В молочном скотоводстве нагрузка на работника, обслуживающего дойное стадо, в среднем равняется 32,8 гол./чел. Значение 48,4-48,9 гол./чел. соответствует Берестовицкому и Дятловскому районам, а 24,9-25,6 – Кореличскому и Щучинскому. За анализируемый период рост показателя по области составил 114,4 %, в Дятловском и Ивьевском районах – 185,9-202,2 %, в Вороновском, Сморгонском и Ошмянском – 147,6-163,0 %, а в Лидском и Зельвенском – 63,4-84,2 %.

Мясное скотоводство характеризуется более высокой нормой обслуживания (102,3 гол./чел. в среднем по области). Максимальное значение нагрузки отмечено в Зельвенском (189,4 гол./чел.) и Слонимском (150,2 гол./чел.) районах, а минимальное – в Ивьевском, Лидском, Щучинском и Ошмянском (60,2-75,0 гол./чел.). В период с 2007 г. по 2021 г. отмечен рост производственной нагрузки на 50,9 % по всему региону: в Зельвенском и Волковыском районах данный показатель увеличился на 123,0-127,6 %, в Мостовском, Новогрудском и Сморгонском – на 83,0-92,6 %, а в Щучинском, Ивьевском, Гродненском и Кореличском – на 12,5-24,7 %.

Эффективным увеличением нормы обслуживания скота будет лишь при соответствующем росте механизации отрасли, что весьма сомнительно в отдельных экономически нестабильных районах области.

ПЛОДООВОЩЕКОНСЕРВНАЯ ОТРАСЛЬ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Кононович А. А. – студент

Научный руководитель – **Станкевич И. И.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

На сегодняшний день в современном мире в большинстве стран наибольший удельный вес в валовом внутреннем продукте занимает сфера услуг, и Республика Беларусь не исключение. Сфера производства в 2021 г. составляла лишь 39 %, в то время как сфера услуг в том же году составляла 48,3 %. Однако в связи со сложившейся в мире ситуацией сфера производства начинает превосходить сферу услуг. Если рассматривать более подробно сферу производства Республики Беларусь, то можно заметить, что наибольшую долю в данной сфере занимает обрабатывающая промышленность, которая по состоянию на конец 2021 года составила 89,4 %.

Обрабатывающая промышленность по сравнению с 2020 г. увеличилась на 1 % в большей степени за счет роста производства бумаги и металлургии. Несмотря на общее увеличение, согласно официальной статистике, большинство сфер обрабатывающей промышленности в период с 2020 г. по 2021 г. имеют тенденцию к снижению. Именно одной из таких составляющих стало производство продуктов питания, которая уменьшилась на 2,9 %.

Флодоовощеконсервная отрасль является важным звеном агропромышленного комплекса Республики Беларусь. Необходимость развития этой отрасли обусловлена задачами равномерного обеспечения населения плодовоошной продукцией в течение года, сохранения скоропортящейся продукции в период массового сбора и создания ее резервов.

В Республике Беларусь благоприятные условия для выращивания овощей, плодов и ягод, а также сбора дикорастущих грибов и ягод, развиты консервная и овощесушильная промышленность.

Так, в 1990 г. было произведено 789 млн. усл. банок консервов, в т. ч. 97 млн. мясных и мясорастительных, 5,4 млн. рыбных, 143,9 млн. овощных, 37,4 млн. томатных, 301,2 млн. фруктовых, 168,3 млн. молочных, 180,2 млн. соков натуральных. В 2003 г. общая численность предприятий отрасли оценивалась в 260, а крупнейшими считались заводы в Быхове, Клецке, Кобрине, Красном, Малорите, Пинске и Слуцке. С начала 2000-х гг. многие предприятия, включая некоторых прежних лидеров отрасли, были ликвидированы в результате банкротства или

присоединения к другим предприятиям на правах цехов или производственных участков.

Виток преобразований произошел после принятия «Программы развития плодоовощных консервов в Республике Беларусь на 2006-2010 годы» [1]. В этот период были созданы овощные интеграционные комплексы. Проведено техническое переоснащение 21 консервного завода из 36. Объем производства за 5 лет вырос почти в два раза, а потребление достигло 570 млн. усл. банок.

Следующим этапом развития отрасли стала «Программа производства плодоовощной консервированной продукции на 2012-2015 годы» [2]. В результате объем импорта снизился на 40 млн. усл. банок и составил 81 млн.

В настоящее время в Республике Беларусь действуют 4 предприятия в Брестской области, 3 – в Гомельской, по 2 – в Гродненской и Могилевской областях и 5 – в Минской.

Рассматривая официальную статистику, можно сделать вывод о том, что производство плодоовощных консервов в стране имеет как резкие взлеты, так и резкие падения. В 2021 г. данная сфера резко возросла по сравнению с предыдущим годом.

Консервная промышленность в Республике Беларусь чаще всего представлена открытыми акционерными обществами или унитарными предприятиями, что свидетельствует о том, что организации по производству плодоовощных и мясных консервов относятся к частной форме собственности, которая занимает наибольший удельный вес в числе организаций, относящихся к обрабатывающей промышленности.

Однако, согласно статистическим данным, организаций и государственной формы собственности и частной формы собственности в период с 2019 г. по 2021 г. становится все меньше.

Исследуя полученный опыт можно сказать, что сегодня большое количество мелких предприятий в этой сфере либо присоединяются к более крупным организациям, либо закрываются вовсе, что может объяснить снижение численности предприятий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Программа развития производства плодоовощных консервов в Республике Беларусь на 2006-2010 гг.: пост. Совета Министров Респ. Беларусь от 27.01.2006 г. № 106. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://etalonline.by/document/?regnum=c20600106&q_id=0. – Дата доступа: 10.10.2022.
2. Программа производства плодоовощной консервированной продукции на 2012-2015 годы [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://mshp.gov.by/programms/dcf594062d78f71b.html>. – Дата доступа: 10.10.2022.

УДК 631.1 (476)

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОКА В СПК «ГОЖА» ГРОДНЕНСКОГО РАЙОНА

Корото Е. А. – студент

Научный руководитель – **Дидюля Л. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Молочное скотоводство в Республике Беларусь является одной из самых динамично развивающихся и эффективных сельскохозяйственных отраслей. Значение этой отрасли определяется в первую очередь необходимостью обеспечения населения молочными продуктами, а также высокой долей ее в производстве валовой продукции, что во многом влияет на экономику сельского хозяйства.

Цель исследования – анализ динамики показателей экономической эффективности производства и реализации молока в СПК «Гожа» Гродненского района за 2017-2021 гг. В таблице отражены показатели экономической эффективности производства молока в исследуемом хозяйстве.

Таблица – Показатели экономической эффективности производства молока

Показатель	Годы					2021 г. к 2017 г., %
	2017	2018	2019	2020	2021	
Поголовье коров, гол.	1180	1194	1205	1210	1214	102,9
Среднегодовой удой, кг/гол.	7408	7623	7863	8127	8470	114,3
Валовой надой молока, т	8741	9102	9475	9834	10 283	117,6
Плотность поголовья, гол./100 га	28	28	29	29	30	107,1
Произведено молока на 100 га, т	207	217	226	235	250	120,8
Себестоимость производства 1 т молока, руб.	292	338	384	432	510	174,7
Трудоемкость производства 1 т молока, чел.-ч	11,8	10,3	10,1	9,9	9,8	83,1
Производительность труда при производстве молока, т/чел.-ч	0,08	0,10	0,10	0,10	0,10	125,0
Расход кормов на 1 гол., ц к. ед.	58,4	62,2	61,1	62,6	65,8	112,7
Расход кормов на 1 т, т к. ед.	0,79	0,82	0,78	0,77	0,78	98,7
Объем реализации молока, т	7963	8340	8707	9053	9508	119,4
Уровень товарности, %	91,1	91,6	91,9	92,1	92,5	+1,4 п. п.
Полная себестоимость 1 т, руб.	326	381	429	484	567	173,9
Цена реализации 1 т, руб.	523	610	638	795	921	176,1
Прибыль на 1 т, руб.	197	229	209	311	354	179,7
Прибыль на 1 гол., руб.	1333	1607	1509	2326	2772	208,0
Уровень рентабельности, %	60,4	60,1	48,7	64,3	62,4	+2,0 п. п.
Рентабельность продаж, %	37,7	37,5	32,8	39,1	38,4	+0,7 п. п.

За анализируемый период наблюдается рост показателей экономической эффективности производства молока. Так, валовой надой вырос на 17,6 %, среднегодовой удой на 1 корову – на 7,8 %. поголовье коров увеличилось на 2,9 %. Рост производительности труда на 25 % и снижение трудоемкости 1 т молока на 16,9 % свидетельствуют о том, что в молочном скотоводстве в 2021 г. по сравнению с 2017 г. стали более эффективно использоваться трудовые ресурсы. Благодаря повышению уровня кормления на 12,7 % продуктивность коров увеличилась. Кормоемкость 1 т снизилась на 0,01 т к. ед./т, или на 1,3 %. Производственная себестоимость стала больше на 218 руб./т, или на 74,7 %.

Рост валового надоя при высоком уровне товарности (91,1-92,5 %) обусловил увеличение объема реализации молока на 19,4 %. Цена реализации 1 т молока за исследуемый период выросла на 76,1 %. Темпы роста прибыли в расчете на 1 т реализованного молока превысили темпы роста полной себестоимости 1 т, что привело к росту уровня рентабельности на 2,4 п. п. На протяжении всего исследуемого периода в хозяйстве молочное скотоводство оставалось рентабельной отраслью. Наибольший уровень рентабельности реализации достигнут в 2020 г. (64,3 %), наименьшее значение – в 2019 г. (48,7 %), рентабельность продаж – 39,1 и 32,8 % соответственно. Таким образом, анализ показал положительную динамику основных показателей эффективности производства молока в СПК «Гожа».

Проведенный при помощи статистической группировки анализ показал, что исследуемое хозяйство вошло во вторую группу хозяйств Гродненского, Щучинского и Берестовицкого районов по среднегодовому удою на 1 корову, при этом показатели экономической эффективности производства молока в целом ниже среднегрупповых. По себестоимости производства 1 т молока хозяйство также попало в среднюю вторую группу, но по эффективности производства в целом выше, чем средние по группе.

На рост экономической эффективности производства молока оказывают влияние: разведение новых пород, отличающихся высокой продуктивностью, лучшей оплатой корма продукцией; внедрение современных способов кормления и содержания животных, позволяющих наиболее полно реализовать их генетический потенциал. Важны также и своевременно проводимые ветеринарно-санитарные мероприятия, направленные на создание стада, устойчивого к различного рода заболеваниям. Актуальными являются снижение себестоимости, повышение качества производимой продукции, что положительно скажется на цене реализации и уровне рентабельности.

УДК 633.521:631.14:658.155(476.6)

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА В УО СПК «ПУТРИШКИ» ГРОДНЕНСКОГО РАЙОНА

Кочанов Д. А. – студент

Научный руководитель – Гесть Г. А.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Молоко является незаменимой основой питания в детском возрасте как людей, так и животных. В молоке имеются почти все известные в настоящее время витамины. После его переработки получают сметану, кефир, масло, сыр, творог и другие продукты питания. Молоко является основой денежной выручки сельскохозяйственных предприятий [1, 2]. Одним из производителей молока в Гродненском районе является УО СПК «Путришки».

Таблица 1 – Динамика основных показателей производства молока в УО СПК «Путришки»

Показатели	Годы				2021 г. к 2017 г.
	2018	2019	2020	2021	%
Среднегодовое поголовье коров, гол.	1192	1199	1212	1213	101,2
Плотность коров на 100 га с/х угодий, гол.	28,7	29,1	29,5	29,6	103,1
Удой от Среднегодовой коровы, кг	7735	8326	8851	9008	123,9
Валовой надой молока, т	9220	9983	10 727	10 927	125,4
Производство молока на 100 га с/х угодий, ц	2222,2	2426,6	2610,6	2665,8	127,6
Затраты труда, тыс. чел.-ч, в т. ч.:	95	86	85	76	88,4
- на 1 гол., чел.-ч	79,7	71,7	70,1	62,7	87,4
- на 1 ц молока, чел.-ч	1,03	0,86	0,79	0,70	70,7
Производительность труда, ц/чел.-ч	0,97	1,16	1,26	1,44	142,6

Данные таблицы 1 показывают, что за 2018-2021 гг. в УО СПК «Путришки» увеличилось поголовье коров на 21 голову, или на 1,2 %. При этом на 3,1 % увеличилась плотность скота в расчете на 100 га сельскохозяйственных угодий. Также с увеличением удоя на 1 среднегодовую корову на 23,9 % вырос валовой надоя молока на 25,4 %, а соответственно, увеличилось на 27,6 % производство молока на 100 га сельскохозяйственных угодий. Наблюдается уменьшение с годами затрат труда на производство молока на 19 тыс. чел.-ч, или 11,6 %. Заметно уменьшаются затраты на 1 голову коров (12,6 %) и на 1 ц молока (29,3 %). При этом положительным является увеличение производительности труда в молочном скотоводстве на 42,6 %.

Расчет показателей экономической эффективности на ближайшую

перспективу показал (таблица 2), что товарная продукция молока должна увеличиться на 4632 ц. При уровне товарности этой продукции в 91,3 % полная себестоимость 1 ц уменьшится на 2,8 руб., прибыль от реализации и уровень рентабельности увеличатся на 2,8 руб. и 7,2 п. п.

Таблица 2 – Производство молока в УО СПК «Путришки» на перспективу

Показатели	Фактический (2021 г.)	Возможный	Изменения, +/-
Реализовано, ц	99 780	104 412	+4632
Уровень товарности, %	91,3	91,3	-
Полная себестоимость 1 ц, руб.	63,4	60,6	-2,8
Цена реализации 1 ц, руб.	99,7	99,7	-
Прибыль от реализации 1 ц, руб.	36,3	39,1	+2,8
Уровень рентабельности, %	57,3	64,5	+7,2 п. п.

Таким образом, УО СПК «Путришки» является высокоэффективным предприятием Гродненского района по производству молока, т. к. производительность труда в этой отрасли увеличилась в исследуемые годы на 42,6 %, а уровень рентабельности – на 7,2 п. п.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ковалевский, И. Н. Повышение эффективности производства молока путем внедрения прогрессивных технологий / И. Н. Ковалевский, И. А. Ковалевская // *Аграрная экономика*. – 2019. – № 2. – С. 36-38.
2. Кулакова, Н. С. Особенности развития молочного скотоводства и факторы, определяющие его эффективность / Н. С. Кулакова // *Аграрная экономика*. – 2019. – № 5. – С. 34-37.

УДК 004:631

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Кривецкая Д. А. – студент

Научный руководитель – **Сапун О. Л.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

Цифровая революция в сельском хозяйстве все больше и больше набирает обороты, на рынке появляются новые решения и технологии. Однако реализация Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь до 2035 г., где стратегической целью является развитие конкурентоспособного экологически безопасного сельского хозяйства и его интеллектуализация на основе перехода к цифровой модели развития производства, позволяющей снизить его ресурсоемкость, нарастить объемы выпуска и экспорта продукции с высокой

добавленной стоимостью обуславливает необходимость перехода хозяйств всех уровней к внедрению цифровых технологий в работу [1].

В научной литературе встречается много примеров использования цифровизации в сельском хозяйстве. Лидирующие мировые позиции по разработкам и внедрению цифровых методов управления в сельхозпроизводство занимают США. Высшие места в рейтинге по количеству патентов по направлению точного земледелия, автоматизации и роботизации имеют также Япония и Китай, в Европе бесспорным лидером, стоящим у истоков цифровизации является Германия [2].

Для использования цифровых технологий организации требуется выполнить ряд условий: наличие, собственно, технологий, финансовая доступность, компьютерная грамотность, образованность в области информационно-коммуникационных технологий, подключенность (мобильная связь, доступ в сеть Интернет, сетевое покрытие, электроснабжение).

Цифровые технологии на данный момент применяются и в сельском хозяйстве нашей страны, однако их применение в решении масштабных задач пока недостаточно интенсивно. Развитию цифровых решений в сельскохозяйственном производстве, в решении вопросов управления и стратегического планирования развития сельских территорий Беларуси сегодня препятствуют: высокая стоимость приобретения элементов реализации цифровых технологий и инициатив; отсутствие устойчивой мобильной связи, доступа в сеть Интернет в удаленных районах; правовые ограничения.

Согласно экспертным оценкам, пока недостаточно внимания уделяется вопросам популяризации реального внедрения новых цифровых технологий в сельскохозяйственное производство, а главное – тому конкретному эффекту, который при этом достигается и тем проблемам, которые возникают [3].

Эксперты признают, что цифровизация сельского хозяйства в Беларуси пока находится в начальной стадии, однако стоит отметить, что некоторые элементы точного земледелия уже внедрены. Например, картирование урожайности. Это работает так, что современные комбайны оснащены системой, которая позволяет считывать с каждого квадратного метра урожайность, определять, сколько из почвы выносятся питательных веществ – калия, фосфора, азота. При составлении плана урожайности на следующий год агроном учитывает это картирование, а также карты химического анализа состава почвы. Из-за этого он может точно спланировать, сколько нужно внести удобрений того или иного вида, что позволяет сэкономить.

Существует ряд сложностей, затрудняющих внедрение цифровых

технологий мелкими хозяйствами. Это ненадежность или отсутствие сетевого покрытия, компьютерная безграмотность, дороговизна современной техники, которая может работать в режиме новых технологий и пр. Если справиться с этими проблемами, то перспективы внедрения цифровизации в АПК вполне обнадеживающие. Специалисты подсчитали, что благодаря цифровым технологиям к 2050 г. можно увеличить урожайность до 70 %. Население нашей планеты вполне можно будет обеспечить сельскохозяйственной продукцией.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальная стратегия устойчивого развития Республики Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/uploads/files/ObsugdaemNPA/NSUR-2035-1.pdf>. – Дата доступа: 30.10.2022.
2. Устинович, Е. С. Цифровизация сельского хозяйства: российский и зарубежный опыт / Е. С. Устинович, М. В. Куликов, Ю. Н. Воробьев // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2019. – № 9. – С. 48-51.
3. Сапун, О. Л. Логистический подход на предприятиях агропромышленного комплекса / О. Л. Сапун, О. С. Евлаш // Экономика. Управление. Инновации. – Мн.: МИУ. – 2022. – № 1. – С. 26-32.

УДК 338.43:631.5

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В ЗОНАХ НЕУСТОЙЧИВОГО ЗЕМЛЕДЕЛИЯ

Кройтор Н. Д. – студент

Научный руководитель – **Пармакли Д. М.**

Комратский государственный университет

г. Комрат, Республика Молдова

В условиях неустойчивого земледелия использование земельных ресурсов во времени имеет неустойчивый, циклический характер, которое отображают особенность потенциала природных ресурсов. В связи с этим итоговые экономические показатели носят циклический характер с характерными спадами и подъемами. Так, в сельском хозяйстве автономии наблюдаются значительные колебания в производстве продукции растениеводства, что, несомненно, отражается и на значениях экономических показателей [1].

Негативное влияние погодно-климатических условий возделывания сельскохозяйственных культур в отдельные годы, как показывает опыт автономно-территориального образования (АТО) Гагаузии, может привести к убыточности реализации продукции. Однако в среднегодовом исчислении данные убытки покрываются высокими показателями

доходности культуры в последующие годы. Следовательно, в зонах неустойчивого земледелия целесообразно выполнять расчеты среднегодовых скользящих показателей и на их основе проводить анализы эффективности деятельности предприятия в динамике [2].

Учитывая определяющее значение величины валовой прибыли на эффективности деятельности предприятия, рассмотрим динамику валовой прибыли сельскохозяйственного предприятия ООО «Daalar Duzu» АТО Гагаузия за последние 10 лет. Сложившиеся показатели за этот период, а также расчеты среднегодовых трехлетних скользящих показателей представлены в таблице. Из данных таблицы видно, что убытки 2019 г. покрываются при использовании скользящих показателей.

Используя графический метод исследования, построим график динамики валовой прибыли в двух вариантах. В соответствии с уравнениями трендов коэффициент аппроксимации увеличился с 0,137 при использовании годовых значений до 0,478 при применении скользящих значений или почти в 3,5 раза выше. Следовательно, среднегодовые показатели позволяют сглаживать экстремальные значения в отдельные годы, вызванные как негативными, так и благоприятными влияниями внешних факторов.

Таблица – Показатели валовой прибыли ООО «Daalar Duzu» за 2012-2021 гг. (тыс. лей)

Год	За год	Среднегодовая скользящая
2012	2439	-
2013	3437	-
2014	3157	3011
2015	4903	3832
2016	5009	4356
2017	3716	4543
2018	4149	4291
2019	-1389	2159
2020	1334	1365
2021	2757	901

Примечание – Источник: данные управления с. х. АТО Гагаузия

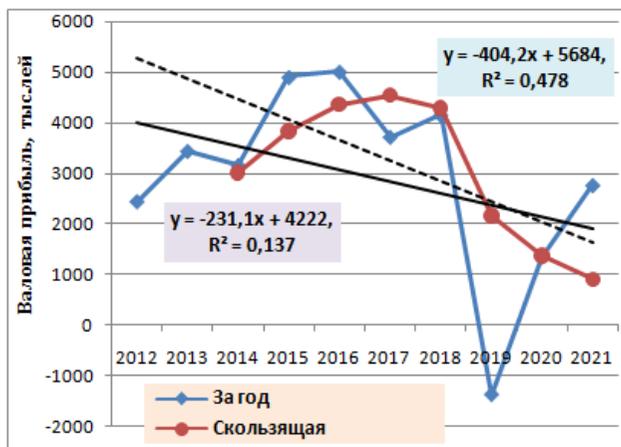


Рисунок – Показатели валовой прибыли за год и скользящих значений ООО «Daalar Duzu» за 2012-2021 гг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Пармакли, Д. М. Методологические аспекты экономических исследований в сельском хозяйстве (монография) / Д. М. Пармакли. – Комратский государственный университет, Научно-исследовательский центр «Прогресс». – Комрат: Б. и., 2021 (Centrografic SRL). – 185 р.
2. Экономическая эффективность сельскохозяйственного производства АТО Гагаузия (монография) / Д. М. Пармакли [и др.]. – Комратский государственный университет, Научно-исследовательский центр «Прогресс». – Комрат: Б. и., 2022 (Centrografic SRL). – 207 р.

УДК 633.63(476.6)

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА САХАРНОЙ СВЕКЛЫ В КПСУП «ГРОДНЕНСКАЯ ПТИЦЕФАБРИКА»

Куделко П. Ю. – студент

Научный руководитель – **Пестис М. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Сахарная свекла – одна из основных технических культур в Республике Беларусь, выращивание которой имеет первостепенное экономическое значение. Она является единственной в нашей стране сельскохозяйственной культурой, которая дает сырье для производства сахара. В настоящее время остро стоит проблема увеличения урожайности сахарной свеклы и снижения затрат на ее возделывание.

Нами проанализирована эффективность производства сахарной свеклы в КПСУП «Гродненская птицефабрика».

Таблица – Динамика основных показателей эффективности производства сахарной свеклы в КПСУП «Гродненская птицефабрика»

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2021 г. к 2019 г., %	2021 г. к 2020 г., %
Посевная площадь, га	300	220	185	61,67	84,09
Валовый сбор, т	15593	10845	11427	73,28	105,28
Урожайность, ц/ га	519,8	493	617,7	118,83	125,29
Уровень товарности, %	100	100	100	0 п. п.	0 п. п.
Трудоемкость 1 т, чел.-ч/т	0,38	0,55	0,53	139,47	96,36
Затраты труда на 1 га, чел.-ч/га	20	27,3	32,4	162	118,68
Выручка от реализации, тыс. руб.	1012	502	753	74,4	150
Цена реализации 1 т, руб./ т	64,9	46,29	65,9	101,54	142,36
Полная себестоимость 1 т, руб./т	57,78	46,84	63,97	110,71	136,57
Прибыль (убыток) на 1 га, руб.	370	-27,27	118,92	32,14	-436,08
Прибыль (убыток) на 1 т, руб.	7,12	-0,55	1,93	27,02	-350,91
Уровень рентабельности (убыточности), %	12,32	-1,18	3,01	-9,31 п. п.	4,19 п. п.

Анализ данных таблицы показал, что посевная площадь в 2021 г. снизилась и составила 185 га, что на 115 га меньше по сравнению с 2019 г. Снижение площади посевов обусловлено снижением объемов закупок сахарной свеклы для переработки. В 2021 г. в хозяйстве получена наивысшая урожайность сахарной свеклы 617,7 ц/га. Валовый сбор в 2021 г. снизился и составил 11 427 т, что на 27 % меньше по сравнению с 2019 г. Трудоемкость производства 1 т продукции по сравнению с 2019 г. сильно увеличилась и в 2021 г. она составила 0,53 чел.-ч/т, что почти на 40 % больше 2019 г.

Экономическая эффективность возделывания сахарной свеклы значительно снизилась. Так, прибыль в расчете на 1 га сократилась на 251 руб., в расчете на 1 т реализованной продукции снижение составило 5,2 руб. Из-за повышения цен на удобрения, средства защиты растений и семена произошло увеличение себестоимости продукции. В 2021 г. полная себестоимость 1 т составила 63,97 руб./т, что выше 2019-2020 гг. В связи с улучшением качества продукции цена реализации в 2021 г. увеличилась и составила 65,9 руб./т.

В 2020 г. при высокой себестоимости продукции и при низкой цене реализации сахарная свекла была убыточной, и уровень убыточности составил 1,18 %, но в 2021 г. ситуация улучшилась, и уровень рентабельности составил 3,01 %.

Таким образом, изучив экономическую эффективность производства сахарной свеклы в КПСУП «Гродненская птицефабрика», можно сделать вывод, что основным направлением повышения ее

эффективности должна стать интенсификация отрасли: увеличение выхода высококачественной и недорогой продукции при последовательном росте применения все более современных средств производства и снижении удельных затрат на единицу продукции.

В хозяйстве имеются возможности повышения эффективности производства сахарной свеклы в основном за счет увеличения урожайности, повышение сахаристости корнеплодов за счет использования качественного посевного материала с повышенной устойчивостью к болезням, своевременной и качественной обработкой посевов и уборки корнеплодов, использованием эффективных удобрений и средств защиты растений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Годовые отчеты КПСУП «Гродненская птицефабрика» за 2019-2022 гг. – Дата доступа: 05.02.2022 г.

УДК 633.2/4.003 (476)

ХАРАКТЕРИСТИКА ОТРАСЛИ КОРМОПРОИЗВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Кулаков Д. Э. – студент

Научный руководитель – **Минина Н. Н.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

В сельскохозяйственной сфере Беларуси, специализирующейся на производстве животноводческой продукции, особое внимание уделяется развитию и укреплению собственной кормовой базы. План заготовки кормов составляется с таким расчетом, чтобы обеспечить ими скот на полтора года. Проблемы в заготовке кормов сразу отражаются на экономических показателях, поскольку их недостаток, вызванный тяжелыми климатическими условиями, приводит к сокращению поголовья скота, а значит, недобору прибыли.

Цель исследований – охарактеризовать современное состояние кормопроизводства в Республике Беларусь.

Использованы данные Национального статистического комитета Республики Беларусь, общенаучные и частные методы исследований.

Традиционный кормовой потенциал основных животноводческих отраслей Беларуси опирается на производство кормового зерна (тритикале, ячменя, овса, пшеницы, кукурузы и др.); сена, зеленой массы многолетних и однолетних трав; зеленой массы кукурузы. Если учитывать ту существенную часть производимого зерна, которое используется для

изготовления комбинированных кормов, либо подвергается размолу, плющению и далее идет на корм сельскохозяйственным животным и птице, то в сельскохозяйственных организациях республики под общее полевое кормопроизводство ежегодно занимается не менее 75 % площади пахотных земель. Почвенно-климатические, технологические и организационно-экономические условия возделывания кормовых культур в сельскохозяйственных организациях могут существенно различаться. Поэтому задачей каждого хозяйства является разработка и корректировка стратегических аспектов, нацеленных на системный объемный рост и улучшение качественного состояния кормового потенциала, удешевление каждого вида кормовой продукции.

В Республике Беларусь в 2021 г. под кормовые культуры было отведено 2431,4 га. За 2019-2021 гг. площадь под кормовыми культурами снизилась на 3,4 %. Отмечается их снижение в разрезе всех областей, за исключением Брестской области. По данным инвентаризации, в Республике Беларусь многолетние травы в 2021 г. занимали 941,1 тыс. га. Они являются универсальным источником дешевого и качественного сырья для приготовления разнообразных кормов и позволяют решать проблему воспроизводства плодородия почв. В структуре посева многолетних трав в республике 26,5 % занимает люцерна, 16,9 % – бобовые в чистом виде без люцерны, 35,1 % – бобово-злаковые смеси и 21,5 % – злаковые травы.

В сельском хозяйстве республики недостаточно развито производство белковой кормовой продукции. По своему качественному содержанию белок – самый ценный продукт как в питании человека, так и в кормлении животных. Решение данной проблемы позволит интенсифицировать животноводство, сокращать затраты на единицу получаемой продукции. Являясь серьезным источником белка, возделывание зернобобовых культур не получило должного развития, их посевы еще далеки от оптимума.

Устойчивое и эффективное развитие кормопроизводства всецело зависит от уровня его организации, применения высокотехнологичных процессов производства кормов для обеспечения животноводства полноценными энергоемкими рационами и предусматривает: оптимизацию структуры посевных площадей; организацию полевых и кормовых севооборотов; строгое соблюдение технологии выращивания кормовых культур; выбор наиболее выгодных кормовых культур, выращиваемых на пашне; применение современных методов организации и инновационных способов заготовки кормов и их хранения.

Таким образом, основным критерием организации кормовой базы в условиях сбалансированного развития отраслей животноводства и

кормопроизводства является максимальный выход высококачественных кормов (оцениваемых в т. ч. по содержанию переваримого протеина) с единицы кормовой площади при минимальных затратах труда и средств на единицу питательных веществ. В данном контексте важен индивидуальный подход к организации кормовой базы с учетом специфики конкретной сельскохозяйственной организации на основании следующих принципов: соответствия кормовой базы зональным условиям и специализации; обеспечения опережающих темпов роста кормовых ресурсов по отношению к темпам роста поголовья животных и их продуктивности; экологичности и эффективного использования земли, обусловленных оптимальным сочетанием полевого и культурного лугопастбищного кормопроизводства; максимальной экономичности и оптимальной энергоемкости кормов, обеспечивающих полноценное удовлетворение потребности скота; равномерного и бесперебойного обеспечения животных биологически полноценными кормами в течение года.

УДК 631.16

СУЩНОСТЬ, ВИДЫ И ИСТОЧНИКИ ИНВЕСТИЦИЙ В СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

Кунцевич М. А. – студент

Научный руководитель – **Горанец С. И.**

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
г. Гродно, Республика Беларусь

На сегодняшний момент, чтобы обеспечить устойчивые типы развития сельскохозяйственного производства, требуется соответствующее развитие материально-технической базы, которая будет постоянно возобновлять весь ресурсный потенциал отрасли.

Инвестиции в сельское хозяйство представляют собой долгосрочные вложения на воспроизводство основных фондов и оборотных средств в процессе хозяйственной деятельности с целью достижения определенного экономического и социального эффекта.

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью обеспечения продовольственной безопасности, что становится невозможным при низком уровне инвестиций в сельское хозяйство. Инвестиции в сельское хозяйство должны способствовать повышению устойчивости методов ведения сельского хозяйства, включая сохранение почвы и воды, улучшение системы орошения, повышение эффективности использования воды и сохранение биоразнообразия, а также способствовать генетическому улучшению в сельском хозяйстве.

Основной целью исследования является определение основных факторов, привлекающих и сдерживающих рост инвестиций в сельское хозяйство.

При работе над статьей использованы теоретические методы исследования анализа и синтеза, индукции и дедукции и эмпирические методы сравнения и обобщения.

У Беларуси есть много инвестиционных преимуществ. Во-первых, географическое положение. Наша страна находится между двумя крупными рынками сбыта – ЕС и ЕАЭС. Для многих инвесторов принципиальна возможность диверсифицировать рынки сбыта, даже если их ключевая цель – обеспечение продовольственной безопасности собственных стран. Во-вторых, у Беларуси хорошее транспортное сообщение с Китаем – контейнер доходит за 12-14 суток по железной дороге [2].

Различают финансовые и реальные инвестиции. Финансовые инвестиции – это ценные бумаги (акции, облигации, векселя, приватизационные чеки и другие документы, подтверждающие право их владельца на часть собственности и прибыли хозяйствующего субъекта, выпустившего эти документы), целевые денежные вклады в производство, а также вложения денег на депозит.

Проблема инвестиционного обеспечения неразрывно связана как с активизацией инвестиционной деятельности, так и с выбором оптимальной модели инновационного развития агропродовольственного комплекса. В этой связи необходимым условием дальнейшего инновационного развития АПК Беларуси является определение наиболее эффективных механизмов, содействующих росту инновационной активности в аграрной сфере.

Основным источником инвестиций в условиях рыночной экономики являются результаты собственного производства. Для замены выбывших, потребленных средств производства, модернизации и реконструкции действующих средств и предметов труда используется фонд возмещения. При недостатке собственных средств для финансирования инвестиций могут быть использованы заемные средства (кредиты банков, бюджетные кредиты, займы и др.), привлеченные ресурсы (вклады участников акционерных обществ, паевые взносы.), а также инвестиционные ассигнования из государственного бюджета, местных бюджетов и внебюджетных инвестиционных фондов [3].

Таким образом, инвестиции в сельское хозяйство имеют решающее значение для расширения сельскохозяйственного производства в условиях уменьшения площади земель и нехватки воды. Они также способствуют увеличению доходов и потребления в сельской местности, тем самым повышая глобальную продовольственную безопасность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Министерство экономики Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by>.
2. Шпак, А. П. Инвестиционная деятельность в системе АПК / А. П. Шпак. – Минск: Армита – Маркетинг – Менеджмент, 1998. – 222 с.

УДК 339.138

ДВУСТОРОННЕЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ КАК МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ

Лазарчук Е. О. – студент

Научный руководитель – **Редько В. Н.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Одной из маркетинговых стратегий выступает позиционирование, которое способствует обеспечению выгодного конкурентного положения товара на рынке. Кроме того, позиционирование рассматривается и как процесс разработки характеристик продукта, имиджа и предложения компании, т. е. в маркетинге позиционирование одновременно является как позицией бренда (торговой марки) в сознании потребителя, так и отражает процесс его формирования.

Поэтому целью исследования является феномен позиционирования как инструмент маркетинговой стратегии, а также те положительные результаты, к которым он приводит.

Маркетологи разрабатывают стратегии позиционирования как для производителя в целом, так и для отдельных товаров, когда последние предназначены для разных рыночных сегментов, т. е. используется уникальное рыночное позиционирование отдельных товаров [1].

В первом случае формируется образ бренда (товарной марки), который распространяется на все продукты одного производителя. Например, все продукты питания от Санта Бремор объединяет гарантированное высокое качество. Во втором – для каждого продукта или группы разрабатывается и продвигается собственный бренд (товарная марка). Этот же производитель делает акцент на продвижении конкретных нишевых товарных марок: «Матигас», «Бабушка Аня», «Юкки», «Самое время» и др. Они не менее, а отдельные из них даже более известны, чем бренд самой компании.

Описанная выше стратегия, когда бренд создается для компании в целом и для каждого товара отдельно, именуется двусторонним позиционированием, которое эффективно работает, позволяет выделяться на фоне конкурентов и заявить об уникальных качествах и

характеристиках, которых нет у других конкурентов, производящих похожую продукцию [2].

Дополнительно в процессе разработки позиционирования можно обнаружить нишу с низкой конкуренцией или полностью свободную, а также подчеркнуть преимущества конкретного товара. Например, акцентировав внимание на его пользе для потребителя, выгодах или уникальных характеристиках.

Позиционирование позволяет персонально обратиться к целевой аудитории, предложить продукт, который решает уникальную проблему конкретного потребителя или группы. Тем самым увеличивается ценность продукта.

Кроме того, потребитель подсознательно оценивает бренд (товарную марку) через призму «свой/чужой». И когда производитель транслирует важные и близкие ценности, потребители относятся к нему с большей симпатией, т. е. повышается лояльность.

Как результат, успешное позиционирование приводит к ряду положительных эффектов. Во-первых, отражает желаемую позицию, ведь потребители думают о бренде так, как планировала компания. Во-вторых, является ценностным для потребителя, т. к. отражает преимущество или выгоду, на которой строится стратегия продвижения товара. В-третьих, когда производитель не меняет стратегию из сезона в сезон, строго придерживаются одной концепции, это характеризует его стабильность и долгосрочность присутствия на рынке. И в-четвертых, имеет системность, согласованность и однозначность, т. к. бренд транслирует ценности, не противоречащие друг другу, т. е. потребителю предлагается целостный образ, которому соответствуют все элементы комплекса маркетинга (в рекламе, цене, дизайне, свойствах продукта).

Таким образом, в целях позиционирования товара необходимо не только детально изучить конкурентов, но и определить преимущества продукта. Для этого задействуют различные стратегии: и ценовую, и конкурентную, и иные. В конечном итоге использование позиционирования товара позволяет выделить бренд (товарную марку) среди конкурентов, увеличив ценность продукции и повысив лояльность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Маркетинг: учеб. пособие / Ю. Ю. Сулова [и др.]. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2018. – 380 с.
2. Викулова, С. Позиционирование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unisender.com/ru/glossary/что-такое-позиционирование/>. – Дата доступа: 03.02.2023.

УДК 338.436.33(476)

**УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКОЙ
ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ АПК
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Лапаник А. И. – магистрант

Научный руководитель – **Колеснева Е. П.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Разработка и осуществление товарной политики перерабатывающего предприятия АПК требуют соблюдения определенных условий: хорошего знания рынка и характера его требований; четкого представления о целях производства, сбыта на внутренний рынок и экспорт; наличия стратегии производственно-сбытовой деятельности предприятия; оценку возможностей и ресурсов.

Актуальность исследования определяется тем, что в современных экономических условиях эффективность деятельности перерабатывающих предприятий АПК во многом зависит от их способности своевременного выхода на рынок с таким набором товаров, который пользуется устойчивым спросом у потребителей. В связи с этим возникает необходимость формирования рациональной товарной политики субъектов агрофермы, учитывающей специфику их отношений и взаимодействий, характер производимой продукции, особенности поведения различных групп покупателей на разных рынках сбыта, сложившейся системы коммуникационного воздействия. Именно поэтому возрастает роль управления товарной политикой в маркетинговой деятельности перерабатывающих предприятия агропромышленного комплекса.

Цель исследования – выявить особенности проведения товарной политики перерабатывающего предприятия на примере ОАО «Можелит».

Методика исследования – монографический метод, аналитические методы и приемы.

Самагина О. А. [4] выделяет основные этапы формирования конкурентоспособной товарной политики, отражающие основную сущность и направления товарной политики: изучение потребительских предпочтений и неудовлетворенных потребностей покупателей; исследование конъюнктуры рынка, сложившего спроса и предложения; принятие решений об изменении ассортимента, разработке новой продукции или совершенствовании; управление жизненным циклом товара; дифференциация и модификация выпускаемой продукции; разработка направлений повышения потребительской ценности товара; принятие

решений относительно расфасовки, упаковки и маркировки товара. Систематизация основных теоретических подходов в области товарной политики предприятия [1, 2, 3, 5] показала, что товарную политику можно представить как комплексную систему, включающую следующие направления: разработку новых товаров и новых товарных модификаций для соответствующих сегментов рынка; разработку и управление товарным ассортиментом; упаковку и маркировку товаров, управление товарными знаками; управление жизненными циклами различных товаров на разных рынках; управление качеством и конкурентоспособностью товаров; стандартизацию и сертификацию производимых товаров; управление сервисными услугами. Важно учитывать, что каждый товар имеет свои особенности. Это требует детального анализа и правильного управления товарной политикой на основе полученных результатов.

Желатин представляет собой гидролизированный белок – коллаген, получаемый из шкур и кости животных. Агентство CredenceResearch в 2021 г. оценило мировой рынок желатина в 3614,1 млн. долларов США. Ожидается, что к 2025 г. он достигнет 9860,2 млн. долларов при среднегодовом темпе роста 10,9 %, т. к. настоящее время рост популярности желатина связан с рядом преимуществ, в числе которых натуральность и полезность, отсутствие кода Е, простота и многообразие в использовании. Ключевыми участниками мирового рынка желатина являются: Gelita (Германия), Catalent Pharma Solutions (Бразилия), Rousselot (Франция), Italgelatine (Италия), PB Gelatin (Бельгия).

На территории СНГ сегодня осталось только три производителя желатина, причем одна из самых крупных компаний по выпуску пищевого желатина находится в Беларуси. При этом ОАО «Можелит» – с объемом производства около 130 т продукции в месяц – единственный производитель пищевого желатина животного происхождения не только в республике, но и на всей территории Евразийского экономического союза.

ОАО «Можелит» является монополистом на внутреннем рынке и при этом обеспечивает его на 65 %. Доля экспорта предприятия в общем объеме реализации остается довольно высокой. Почти весь объем экспорта направляется в Российскую Федерацию.

Уровень производства желатина в России не удовлетворяет потребности в нем. Из требуемых 3-4 тыс. т выпускаются только около 100 тыс. т. Основным конкурентом для белорусского производителя желатина на российском рынке выступают китайские компании. На рынке России они занимают самый крупный сегмент и имеют уровень продаж около 120 т желатина в месяц при общем объеме потребления порядка 500 т. Средняя стоимость 1 кг желатина 5-7 долл. США, китайский же

предлагался по 2 долл. США и даже дешевле.

Один из эффективных инструментов в маркетинге является SWOT-анализ, сущность которого заключается в анализе внутренних и внешних факторов предприятия, оценке рисков и конкурентоспособности товара в отрасли. Так, при проведении SWOT-анализа, сосредоточившись на более детальной оценке товарной политики предприятия, были выявлены сильные и слабые стороны ОАО «Можелит». Анализ карты SWOT-анализа, построенной с использованием экспертного метода на балльной основе, показал, что к сильным сторонам предприятия можно отнести высокое качество продукции и широкий ассортимент, к слабым сторонам – высокую степень износа оборудования и недозагруженность производственных мощностей.

ОАО «Можелит» производит желатин по действующему уже несколько десятилетий стандарту (с небольшими дополнениями), и поэтому основным направлением использования желатина, производимого организацией, является по-прежнему реализация его населению в розничной торговле. Это связано с небольшим и уменьшающимся количеством промышленных потребителей такого желатина. Поэтому вся последующая работа предприятия должна быть направлена на организацию производства желатина, отвечающего всем требованиям международного стандарта. ОАО «Можелит» может расширять производство желатина, преципитата и концентрата соединительных белков, имея перспективу реализации этой продукции в больших объемах.

Таким образом, рынок желатина отличается от рынка большинства других продуктов переработки сельскохозяйственного сырья тем, что представлен множеством крупных производителей из разных стран мира, что связано с небольшой долей транспортных расходов в его цене. Эта особенность вынуждает всех производителей конкурировать между собой, что стимулирует их повышать качество желатина и расширять его ассортимент, соблюдая международные стандарты качества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Багиев, Г. Л. Маркетинг: учебник / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЗАО «Изд-во «Экономика», 2016. – 312 с.
2. Колеснева, Е. П. Товарная политика предприятия отрасли. Практикум: учеб. пособие / Е. П. Колеснева, С. И. Артеменко. – Минск: ИВЦ Минфина, 2007. – 227 с.
3. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://polbu.ru/kotler_marketing/. – Дата доступа: 26.11.2022.
4. Самагина, О. А. Формирование конкурентоспособной товарной политики на предприятиях: дисс. канд. эконом. наук / О. А. Самагина. – Воронеж, 2019. – 230 с.
5. Маркетинг: учебник / Под ред. Н. Д. Эриашвили. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 623 с.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Лапицкий А. В. – студент

Научный руководитель – **Дешко И. А.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Одной из составляющих инфраструктуры системы потребительской кооперации является розничная торговая сеть, которая не утратила своей значимости. Розничная торговля является основной отраслью деятельности потребительской кооперации. Совершенствование работы торговой отрасли в рыночной среде требует наличие необходимой инфраструктуры для решения задач по ее эффективному функционированию. Показатели работы розничной торговой сети выражают не только экономические отношения, возникающие на конечной стадии движения товаров из среды обращения в личное потребление населения, но и отражают уровень его жизни, пропорции и взаимозависимость между спросом и предложением товарного рынка и денежным обращением.

Розничная торговля, выполняя значимые для общества задачи, в современный период испытывает множество проблем. Снижение покупательной способности населения, обострение конкуренции на потребительском рынке, вызванное количественным ростом торговых субъектов и другие причины препятствуют стабильному развитию торговли.

Основными тенденциями развития розничной торговли являются следующие: существенный удельный вес торговли в ВВП страны; обеспечение значительной доли трудовой занятости в торговле; увеличение числа торговых объектов; перераспределение сфер влияния в торговле в сторону увеличения удельного веса розничного товарооборота крупных торговых организаций и снижения удельного веса товарооборота индивидуальных предпринимателей и субъектов малого предпринимательства; рост объемов продаж розничной торговли как в действующих, так и в сопоставимых ценах; рост доли частной формы собственности как в общей структуре торговых объектов, так и в объемах продаж товаров; качественное изменение структуры розничного товарооборота в сторону увеличения реализации непродовольственных товаров в общем объеме продаж; активизация электронной торговли и рост ее доли в розничном товарообороте страны; рост показателя обеспеченности населения торговыми площадями на 1000 человек; усиление лояльности и приверженности потребителей к обслуживанию в крупных сетевых объектах торговли; активизация продажи товаров через новые каналы

торговли, такие как социальные сети, мобильные приложения и др. [1].

Основной целью развития торговли в соответствии с «Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года» является постоянное обеспечение потребностей и спроса различных групп населения в качественных товарах широкого ассортимента, предпочтительно отечественного производства, при высоком уровне обслуживания.

ЛИТЕРАТУРА

1. Помаз, И. В. Состояние и направления развития розничной торговли Республики Беларусь / И. В. Помаз // Потребительская кооперация. – 2022. – №3. – С. 3-9.

УДК 336.663

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Лебедкин Н. В. – студент

Научный руководитель – Бычек И. И.

УО «Гродненский государственный университет им. Янки Купалы»

г. Гродно, Республика Беларусь

В условиях рыночной экономики особенно тщательного анализа требуют изменения состава и динамики оборотных активов как наиболее мобильной части капитала, от состояния которых в значительной степени зависит финансовое состояние предприятия. При этом следует иметь в виду, что стабильная структура оборотного капитала свидетельствует об устойчивом, хорошо отлаженном процессе производства и сбыта продукции.

Анализ литературных источников позволяет заключить, что оборотные средства имеют двойственную природу и, с одной стороны, представляют собой часть имущества организации, а с другой – часть ее действующего капитала, обеспечивающая хозяйственный кругооборот средств и формируемая за счет собственных и привлеченных ресурсов [3].

Объектом для более детального изучения выступил Гродненский филиал РУП «Белтелеком», которое является национальным оператором электросвязи Республики Беларусь и обеспечивает передачу междугородного и международного трафика, а также работу наземной сети телевизионных каналов и каналов радиовещания.

Как показал проведенный анализ, экономическая эффективность использования оборотных средств организации за анализируемый период несколько снизилась. Так, оборачиваемость оборотных средств

уменьшилась с 3,9 раз в 2019 г. до 3,6 раз в 2021 г. В результате чего длительность одного оборота оборотных средств увеличилась на 10 дней и составила 101 день.

В ходе анализа установлено, что рентабельность оборотного капитала в 2021 г. по сравнению с 2019 г. возрастает, однако не достигает показателя 2020 г. Так, в 2021 г. рентабельность оборотных активов по прибыли от реализации увеличилась на 0,3 п. п. по отношению к 2019 г. и составила 11,9 %. При этом более высокая эффективность использования оборотных средств была обеспечена в 2020 г., поскольку интегральный показатель за этот год гораздо выше иных изучаемых временных периодов.

Изучение показателей финансовой устойчивости показывает, что Гродненский филиал РУП «Белтелеком» имеет большую зависимость от внешних источников. Предприятие не обладает маневренностью для проведения финансовых операций и ежегодно снижаются возможности для проведения независимой финансовой политики.

Одним из мероприятий, направленных на повышение эффективности использования оборотных средств анализируемого предприятия, является улучшение процесса управления дебиторской задолженностью. Изучение взвешенного старения счетов дебиторов показывает, задолженность какого из прошедших периодов дает наиболее весомый вклад в общую продолжительность периода оборота дебиторской задолженности. Исходя из проведенных расчетов, реальная величина задолженности остается практически неизменной. С целью максимизации притока денежных средств Гродненскому филиалу РУП «Белтелеком» следует разработать систему договоров с более гибкими условиями в отношении сроков и формы оплаты, предполагающими наличие скидок, частичной предоплаты, передачу на реализацию, предоставление банковских гарантий и др.

Следовательно, для ускорения оборачиваемости оборотных средств на анализируемом предприятии необходимо совершенствовать товародвижение и нормализовать размещение оборотных средств; полностью и ритмично выполнять планы хозяйственной деятельности; совершенствовать расчеты с поставщиками и покупателями; ускорять оборот денежных средств за счет улучшения инкассации торговой выручки, строгого лимитирования остатков денежных средств в кассах, в пути, на расчетном счете в банке, а также не допускать дебиторской задолженности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Панкевич, С. Ф. Анализ финансовой устойчивости организации / С. Ф. Панкевич // НЕГ. – 2021. – № 4. – С. 19-20.

2. Савицкая, Г. В. Оценка финансовой устойчивости организации / Г. В. Савицкая // Финансовый директор. – 2019. – № 3. – С. 40-46.
3. Сидорова, Л. М. Доходы организации: их содержание, значимость и методика бухгалтерского учета / Л. М. Сидорова // Бухгалтерский учет и анализ. – 2020. – № 3. – С. 44-48.
4. Якимович, П. А. Экономика предприятия в вопросах и ответах: учеб. пособие / П. А. Якимович. – Минск: Амаффея, 2019. – 352 с.

УДК 636.221.28.034(476.6)

МОЛОЧНОЕ СКОТОВОДСТВО ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Ленец Е. А. – студент

Научный руководитель – **Козлов А. А.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

По прогнозам ФАО на период до 2030 г., ежегодный прирост мирового производства молока будет составлять 1,7 %, к концу десятилетия общий показатель должен достигнуть отметки в 1,02 млрд. т. Наибольший удельный вес в структуре приходится на коровье: в 2021 г. – 81,0 % (751,5 млн. т), далее следует буйволиное с долей в 13,0 % (120,6 млн. т). Объем производства других видов молока составляет 55,7 млн. т.

Основными производителями коровьего молока являются: Европейский союз (145,7 млн. т; 19,4 %), США (102,6 млн. т; 13,7 %) и Индия (96,0 млн. т; 12,8 %). На долю Российской Федерации и Китая приходится 4,3 и 4,6 % (32,0 и 34,6 млн. т) валового производства, Новую Зеландию и Бразилию – 3,0 и 3,3 % (22,2 и 24,9 млн. т), Канаду, Аргентину и Мексику – 1,4; 1,6 и 1,7 % (10,2; 11,9 и 12,8 млн. т) [1].

Республика Беларусь, производя около 1 % от всего мирового объема молока, занимает 6,1 % в структуре мирового экспорта молочной продукции. Наша страна удерживает 3-е место по экспорту масла (87 тыс. т), 4-е место по экспорту сыра (254 тыс. т), 5-е место по экспорту сухого обезжиренного молока (120 тыс. т). Ядром молкопродуктового подкомплекса, во многом определяющим процесс производства и реализации конечной продукции, является молочное скотоводство.

В 2022 г. в Республике Беларусь произведено 7,9 млн. т молока, из которых 1415,9 тыс. т – сельскохозяйственными организациями Гродненской области. Региональный перспективный прогноз текущего года предусматривает рост достигнутого показателя на 5,0 %, до уровня 1487,0 тыс. т.

Следует отметить, что в 2022 г. доведенный плановый показатель

надоя суммарно превысили хозяйства Сморгонского (106,7 %; 87,5 тыс. т), Дятловского (105,9 %; 60,0 тыс. т), Слонимского (103,8 %; 62,6 тыс. т), Берестовицкого (100,5 %; 86,6 тыс. т) и Свислочского (100,2 %; 59,8 тыс. т) районов.

В сравнении с уровнем 2020 г. (за двухлетний период), среденобластной рост объемов молока составил 5,0 %, в то время как Лидский и Ивьевский районы сократили производство на 6,4 и 13,7 % соответственно. В наиболее крупных валообразующих районах – Гродненском (доля 14,4 %; 204,4 тыс. т) и Щучинском (10,1 %; 142,3 тыс. т) – указанный показатель составил 104,6 и 99,9 %.

Анализируя экстенсивный путь развития подотрасли, можно заключить, что за 2022 г. дойное стадо в Слонимском районе сократилось на 196 гол., Дятловском – на 221 гол., Мостовском – на 461 гол., в то время как Сморгонский район увеличил число коров на 390 гол. (+249 к прогнозу), а Островецкий и Зельвенский – на 214 и 220 гол., выполнив план роста. На текущий 2023 г. запланировано увеличение поголовья в молочном скотоводстве на 2509 гол., причем прогнозная плотность скота в Берестовицком, Волковыском, Новогрудском и Щучинском районах превысит 23,0 гол./100 га с.-х. угодий, при областном значении в 20,8 гол./100 га.

Степень интенсификации производственного направления выражается величиной удоя молока от 1 коровы. По продуктивности дойного стада в 2022 г. не только в области, но и в Республике лидируют производители Гродненского района (9258 кг/гол./год). В топ-10 также входят Берестовицкий (8387 кг/гол./год; 5 место) и Щучинский (7520 кг/гол./год; 10 место). Необходимо отметить, что при среднем увеличении удоя по области на 242 кг/гол./год максимально за год приросли животноводы Дятловского (+829 до 5609 кг/гол./год), Слонимского (+690 до 5571 кг/гол./год) и Сморгонского (+367 до 7126 кг/гол./год) районов, при снижении показателей в Лидском (-71 до 4614 кг/гол./год) и Ивьевском (-68 до 4111 кг/гол./год).

Наилучшими сельскохозяйственными организациями по среднему удою молока от 1 коровы за 2022 г. в регионе стали СПК им. Деньшикова (12351; +227 кг к уровню 2021 г.), СПК «Свислочь» (12 021; +629 кг), СПК «Свитязанка-2003» (11 268; +797 кг), СПК им. И. П. Сенько (11 186; +465 кг), УП «Хатчицы-Неман» (10 879; +37 кг); ПК им. В. И. Кремко (10 601; -98 кг), КСУП «Гольшаны» (10 078; +627 кг) и ГП «Малоберестовицкий элитхоз» (10 000; +125 кг). Одновременно в области имеются предприятия, в которых по итогам года продуктивность коров снизилась более чем на 500 кг/гол., а ее значения меньше уровня в 3500 кг/гол./год.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ленец, Е. А. Состояние и тенденции развития мирового рынка молочной продукции / Е. А. Ленец, А. А. Козлов // Материалы международной интернет-конференции студентов и магистрантов «Актуальные проблемы мировой экономики и менеджмента». – Гомель, УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2022. – С. 41-43.

УДК 631.155.2:658.8:633.15(476.6)

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ КУКУРУЗЫ НА ЗЕРНО В ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Лобажевич А. Н. – студент

Научный руководитель – Ананич И. Г.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Кукуруза – одна из основных культур современного мирового земледелия. Она характеризуется разносторонним использованием и высокой урожайностью. Из нее получают большое количество разнообразных продуктов, используемых в самых разных областях человеческой деятельности. Из кукурузного зерна изготавливают множество продовольственных товаров. Зерно кукурузы – прекрасный корм. Из общего мирового производства зерна кукурузы около 65 % идет на кормовые цели. Кукуруза имеет большое агротехническое и организационно-хозяйственное значение. Она способствует очищению полей от сорняков, улучшению водного режима почвы и повышению ее плодородия и поэтому служит ценным предшественником для многих культур.

Гродненская область постоянно расширяет посевы кукурузы на зерно. Рассмотрим динамику основных показателей производства и реализации зерна кукурузы по области за последние 5 лет.

Таблица – Динамика основных показателей производства и реализации зерна кукурузы в Гродненской области

Показатели	Годы				
	2017	2018	2019	2020	2021
Площадь, га	15 864	19 635	18 569	16 826	33 513
Урожайность в физической массе, ц/га:	96,5	105,6	109,9	86,2	101,1
Реализация, кукурузы, т	28 678	45 315	52 167	33 224	75 735
Уровень товарности, %	28,1	29,5	35,8	32,9	30,7
Уровень рентабельности, %	27,3	30,1	29,6	15,4	33,6
Трудоёмкость, чел.-ч/т	4,5	3,8	3,6	3,8	3,0

Из данных таблицы следует, что за период 2017-2021 гг. посевные площади, занимаемые кукурузой на зерно, увеличились по Гродненскому региону более чем в 2 раза. В настоящее время площадь, занимаемая данной культурой, составляет по области около 33,5 тыс. га.

Что касается урожайности кукурузы на зерно, то следует отметить довольно существенные колебания данного показателя по годам. Например, в 2019 г. урожайность кукурузы на зерно в физической массе составила 109,9 ц/га, что является наивысшим показателем за весь изучаемый период. Напротив, значение рассматриваемого показателя в 2020 г. опустилось до уровня 86,2 ц/га, т. е. снизилось на 20 %. Однако в 2021 г. мы снова наблюдаем заметное увеличение урожайности кукурузы на зерно. Рассмотренные колебания урожайности во многом объясняются влиянием погодно-климатических условий на результативность сельскохозяйственного производства.

Как уже было отмечено, большая часть производимой продукции данной отрасли используется в животноводстве на кормовые цели. Этим объясняется невысокий уровень товарности производимой продукции. Наибольший уровень товарности по кукурузе на зерно наблюдался в 2019 г. (35,8 %). В остальные годы данный показатель еще ниже.

Подчеркнем, это эффективность возделывания кукурузы на зерно отличается довольно высокой эффективностью. Например, уровень рентабельности кукурузы на зерно в 2021 г. по Гродненской области составил 33,6 %. Для сравнения отметим, что уровень рентабельности большинства других видов продукции заметно ниже. В частности, рассматриваемый показатель по зерновым в целом в 2021 г. составил 21,5 %. Уровень рентабельности сахарной свеклы еще ниже – 13,5 %. Вместе с тем эффективность изучаемой отрасли заметно изменяется по годам, что во многом объясняется колебаниями урожайности по годам.

Увеличение уровня механизации производственных процессов является прямой причиной того, что трудоемкость производимой продукции имеет тенденцию к уменьшению. Если в 2017 г. данный показатель составлял 4,5 чел.-ч/т, то к 2021 г. он снизился до уровня 3,0 чел.-ч/т.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что возделывание кукурузы на зерно в Гродненской области отличается довольно высокой экономической эффективностью.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ ЖИВОТНОВОДСТВА

Лошковская А. С. – студент

Научный руководитель – Изосимова Т. Н.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Животноводство является ключевой отраслью сельского хозяйства Республики Беларусь. Она специализируется на разведении сельскохозяйственных животных для производства и реализации животноводческой продукции.

Животноводство не только обеспечивает различные сферы экономики сырьем и материалами, но и является гарантом продовольственной безопасности страны. Кроме того, в настоящее время Беларуси принадлежит одно из ведущих мест среди экспортеров продовольствия. За рубеж реализуется как молочная, так и мясная продукция.

За последние годы в структуре видов животных по поголовью произошли некоторые изменения. Однако традиционно большая часть численности животных принадлежит крупному рогатому скоту. На протяжении последних пяти лет она находится примерно на одном уровне и в 2022 г. равна 4232,5 тыс. гол. Следует отметить, что количество животных по сравнению с 2017 г. снизилось на 62,6 тыс. гол., т. е. на 1 %. При этом поголовье коров стало меньше на 42,5 тыс. гол. В основном выращиванием крупного рогатого скота занимаются в сельскохозяйственных организациях. На их долю приходится 98 % от всего поголовья. В хозяйствах населения численность животных сократилась с 93,5 до 59,3 тыс. гол., т. е. почти вдвое, а что касается крестьянских (фермерских) хозяйств, то здесь наблюдается рост поголовья с 14,9 до 23,1 тыс. гол., или на 55,5 %. За рассматриваемый период снижение численности крупного рогатого скота произошло во всех регионах республики. Так, поголовье в Брестской области равно 882,7 тыс. гол. вместо 856,1 тыс. гол., в Витебской области 545,5 тыс. гол. вместо 570,4 тыс. гол., в Гомельской области 622,5 тыс. гол. вместо 684,0 тыс. гол., в Гродненской области 692,5 тыс. гол. вместо 695,5 тыс. гол., в Минской области 955,4 тыс. гол. вместо 937,4 тыс. гол., в Могилевской области 533,9 тыс. гол. вместо 551,7 тыс. гол. [1]. Следует отметить, что сокращение поголовья крупного рогатого скота произошло за счет уменьшения стада коров.

Если сравнивать по областям самое большое количество крупного рогатого скота выращивается в Минской области. На долю этого

региона приходится 22,6 % всего поголовья. На втором месте стоит Брестская область – 20,9 %, далее идет Гродненская область – 16,4 %.

Среднесуточный привес крупного рогатого скота в сельскохозяйственных организациях республики начиная с 2017 г. вырос в 2021 г. с 590 до 606 г, или на 2,7 %. При этом наибольшее значение этот показатель имеет в Гродненской (688 г), Брестской (679 г.) и Минской (659 г) областях, а наименьший – в Могилевской (468 г) [2]. Двум оставшимся регионам (Витебскому и Гомельскому) соответствуют 536 и 506 г. Что касается среднего удоя молока на корову по стране, то он превысил уровень 2017 г. на 8,4 % и составил 5406 кг. Наилучшими из года в год остаются хозяйства Брестской, Гродненской и Минской областей. В 2021 г. этим регионам соответствует средний удой молока на корову 6568, 6320, 6046 кг.

Большое внимание в Республике Беларусь уделяется развитию отрасли свиноводства. Однако поголовье свиней по сравнению с 2017 г. в 2022 г. сократилось на 593,8 тыс. гол., или на 19 %, и стало равным 2527,3 тыс. гол. Лидирующими по данному показателю являются Минская и Гродненская области, в которых выращивают 646,7 и 605,7 тыс. гол. соответственно. Среднесуточный привес свиней в сельскохозяйственных организациях начиная с 2000 г. имеет положительную динамику. За последние пять лет он вырос по стране на 6,5 % и достиг 626 г. Аналогичная картина имеет место для каждого региона.

В стране занимаются также разведением овец, коз и кроликов. Этим видам деятельности занимаются в основном в хозяйствах населения. В 2022 г. численность овец по стране достигла 82,7 тыс. гол., коз – 53,3 тыс. гол., кроликов – 186,3 тыс. гол. Следует отметить, что данный показатель для коз и кроликов имеет отрицательную динамику. Особенно из года в год сокращается численность кроликов. Так, по сравнению с 2017 г. в 2022 г. их число сократилось на 133,6 тыс. гол., или 43 %.

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 1 февраля 2021 года № 59 «О Государственной программе «Аграрный бизнес» на 2021-2025 годы» определены прогнозные параметры развития животноводства на 2021-2025 гг.

Практическая реализация данной программы позволит к 2025 г. увеличить объемы производства продукции животноводства в хозяйствах всех категорий на 13,8 % к уровню 2020 г.

В качестве приоритетных направлений в рамках настоящей подпрограммы на 2021-2025 гг. определены: «модернизация и техническое переоснащение отрасли, максимальная реализация потенциала продуктивности сельскохозяйственных животных и птицы за счет соблюдения технологических регламентов при производстве продукции животноводства».

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. – Дата доступа: 30.0.2023.
2. Сельское хозяйство Республики Беларусь: статистический буклет / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; ред. И. В. Медведева [и др.]. – Минск, 2022. – 36 с.

УДК 339.166.82 (476)

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЭКСПОРТА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ ИЗ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Лучина А. А. – студент

Научный руководитель – Язубец Л. А.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Развитие экспорта является одним из приоритетных направлений белорусской экономики. Это обусловлено тем, что более половины валового внутреннего продукта продается на внешних рынках.

В 2022 г. Беларусь экспортировала на внешние рынки сельскохозяйственной продукции и готового продовольствия на сумму 6776,7 млн. долл. США, увеличив данный показатель в сравнении с предыдущим годом на 17,4 %, а импортировала на сумму 4579,6 млн. долл. США, что выше уровня 2020 г. на 7,2 %. Внешнеторговое сальдо составило 2197,1 млн. долл. США, а совокупный товарооборот превысил 11,4 млрд. долл. США. Доля экспорта сельскохозяйственной продукции и продуктов питания в общем товарном экспорте Беларуси в процентном выражении снизилась до 16,9 %. В последние годы удельный вклад экспорта агропродовольственной продукции в ВВП составляет 16,9 %. Несмотря на значительные успехи во внешней торговле, в стране имеются резервы дальнейшего наращивания экспортного потенциала. По мнению специалистов, при условии достижения целевых объемов производства сельскохозяйственной продукции и продовольствия и благоприятной ценовой конъюнктуры в 2025 г. стоимость экспорта сельскохозяйственной продукции и готового продовольствия может возрасти до 7 млрд. долл. США.

Ключевая роль в достижении таких результатов принадлежит крупнотоварным сельскохозяйственным организациям. В 2021 г. на их долю приходилось 77,5 %, что в общем выпуске сельскохозяйственной продукции составляет 96,6 % к предыдущему году. Крупнотоварный сельскохозяйственный сектор республики демонстрирует стабильные

экономические показатели. Так, уровень рентабельности реализованной продукции, товаров, работ, услуг на протяжении последних пяти лет имеет положительные значения и находится в диапазоне 4,3-6,9 %. Укрупнение сельскохозяйственных организаций – это общемировая тенденция. В 2021 г. в республике насчитывается 1443 сельскохозяйственных организаций, многие из которых входят в состав аграрных холдингов и объединений.

Увеличение поставок наблюдалось практически по всем регионам. Экспорт сельскохозяйственной продукции в страны СНГ, а также в Россию вырос на 12 %, а в страны дальнего зарубежья – на 42 %, в т. ч.: в страны Азии и Океании – на 39,3 %, в ЕС – на 43,6 %, Америки и Карибского бассейна – на 58,4 %. Экспорт продовольствия в Китайскую Народную Республику вырос на 39,5 %.

Минсельхозпрод отмечает рост экспорта в Азербайджан (+14,2 %), Казахстан (+11,5 %), Кыргызстан (+68,3 %), Молдову (+27,5 %), Таджикистан (+11,2 %), Узбекистан (+30,7 %), Украину (+24,4 %).

Экспорт в страны дальнего зарубежья превысил 1,11 млрд. долл. США (+ 45,1 % к 2020 г.). Поставки в страны ЕС выросли на 43,7 % до 460,2 млн. долл. США. Экспорт в страны Азии и Океании прибавил 47,1 % и достиг 507,9 млн. долл. США. В этой группе наших торговых партнеров выделяется Китай, экспортировано продукции на 366,1 млн. долл. США (+47,9 % к уровню 2021 г.).

На поставках в страны Америки и Карибского региона страна заработала 0,12 млрд. долл. США (+42,1 % относительно 2020 г.). Беларусь усилила поставки в отдельные страны Африки.

Сельскохозяйственная продукция и продукты питания поставляются в 106 стран мира. Прирост валютной выручки составил 832 млн. долл. США.

Анализ ситуации во внешней торговле Республики Беларусь показал направленность экспорта сельскохозяйственной продукции и зависимость внутреннего рынка страны от импорта отдельных видов сельхозпродукции. В национальной программе поддержки и наращивания экспорта Республики Беларусь на последующие пять лет предложены следующие задачи: продвижение сельскохозяйственной продукции на новые рынки, реализация сбалансированной экспортной стратегии; создание механизмов по поддержке и продвижению продукции, совместно произведенной в государствах-членах ЕАЭС; усовершенствование механизма финансовой и нефинансовой поддержки экспортеров.

ЛИТЕРАТУРА

1. Минсельхозпрод: в 2021 г. экспорт сельхозпродукции прибавил более 17. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/minselkhozprod-v-2021-godu-eksport-selkhozproduktsii-pribavil-bolee-17/>. – Дата доступа: 31.01.2023 г.

2. Экспорт белорусской сельскохозяйственной продукции за 11 месяцев 2021 г. превысил 6 млрд долл. – Минсельхозпрод [Электронный ресурс]. – Режим доступа https://primepress.by/news/ekonomika/eksport_belorusskoy_selskokhozyaystvennoy_produkts. – Дата доступа: 31.01.2023 г.

УДК 633/635 (476)

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РАСТЕНИЕВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Лялюк Н. С. – студент

Научный руководитель – Головков В. А.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Развитие отрасли растениеводства является одним из основных приоритетов государства в области аграрной политики. Развитию отрасли уделяется в стране повышенное внимание, и выделяются значительные объемы материально-денежных ресурсов.

Вместе с тем в последние годы тенденции, сложившиеся в функционировании отрасли, можно в значительной степени охарактеризовать как негативные.

Так, в период 2016-2020 гг. уменьшились валовые сборы основных товарных культур как по сравнению с пятилетним периодом 2011-2015 гг., так и с показателями Программы развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016-2020 годы (таблица 1).

Таблица 1 – Валовые сборы сельскохозяйственных культур, тыс. т

Культуры	I период	II период	Программа	Данные II периода в % к данным	
	2006-2010 гг.	2011-2015 гг.		периода I	программы
Зерновые и	8621,2	7448,7	9389	86,4	79,3
Льноволокно	46,2	43,3	55	93,7	78,7
Сахарная свекла	4339,1	4606,2	4864	106,2	94,7
Рапс	574,2	525,9	783	91,6	67,2
Картофель	5927,0	4463,2	5933,4	75,3	75,2

Особенно ощутимо снижение производства и рапса (соответственно на 13,6 и 24,7 по отношению к уровню I периода и на 20,7 и 24,8 % – к уровню программных показателей). Исключение отчасти составляет лишь сахарная свекла, но здесь значительная часть положительного эффекта должна быть отнесена на работу перерабатывающих предприятий соответствующих сырьевых зон, т. к. именно они во

многим формируют результаты производств сахарной свеклы через механизм авансирования затрат на оборотные средства (семена, удобрения, средства защиты и т. п.), хранение сельхозпродукции, транспортные расходы по доставке сырья.

Следует отметить, что уровень валовых сборов основных культур в полной мере обеспечивает продовольственную безопасность страны.

Основной причиной снижения валовых сборов является существенное уменьшение посевных площадей основных товарных культур (таблица 2).

Таблица 2 – Посевные площади сельскохозяйственных культур, тыс. га

Культуры	I период (2006-2010 гг.)	II период (2011-2015 гг.)	Данные II периода в % к данному периоду I
Зерновые	2592	2398	92,5
Лен	57	49	86,0
Сахарная свекла	102	96	94,1
Рапс	369	331	89,8
Картофель	296	204	69,9

Весьма ощутимо снижение посевов картофеля, льна и рапса на 30,1; 14,0 и 10,2 % соответственно. Общая площадь посевов указанных в таблице 2 культур уменьшилась 338 тыс. га. Одновременно, на эту же величину, увеличились посевы кормовых культур, что явилось реакцией на рост потребности в кормах, вследствие высоких темпов развития молочного скотоводства.

К позитивным показателям развития растениеводства следует также отнести некоторый рост урожайности основных товарных культур (таблица 3).

Таблица 3 – Урожайность сельскохозяйственных культур, ц/га

Культуры	I период (2006-2010 гг.)	II период (2011-2015 гг.)	Данные II периода в % к данному периоду I
Зерновые	33,9	31,4	92,6
Лен (волокно)	9,1	9,4	103,3
Сахарная свекла	434	485	111,8
Рапс	16,0	16,2	101,3
Картофель	202	220	108,9

Однако достигнутый уровень урожайности существенно ниже показателей, предусмотренных программой, что вызвано в первую очередь уменьшением объемов внесения минеральных удобрений, вследствие неудовлетворительного состояния экономики ряда предприятий. Так, например, в 2020 г. было внесено лишь 1022,9 тыс. т действующего вещества при плане 1700 тыс. т, или 60,2 %.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сельское хозяйство Республики Беларусь: статистический сборник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; ред. И. В. Медведова [и др.]. – Минск, 2021. – 200 с.
2. Государственная программа развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016-2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://mshp.gov.by/programms/>. – Дата доступа 15.01.2023.

УДК 633.853.494 (100)

ПРОИЗВОДСТВО РАПСА В МИРЕ

Мазуркевич К. В. – студент

Научный руководитель – **Мирский Д. М.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

В мире и в нашей стране из рапса изготавливают масла, зеленый корм, силос, сенаж и также изготавливают лечебные средства и многое другое. Как и в нашей стране, так и во всем мире рапс ценная масличная и кормовая культура, также рапс является хорошим консервантом для других кормов. В смеси с другими культурами из него готовят питательный силос высокого качества.

Рапс с успехом используется в отраслях промышленности – металлургической, машиностроительной, лакокрасочной, косметической, мыловаренной, полиграфической, кожевенной, химической и текстильной. Из него может вырабатываться недорогое экологически безопасное биотопливо.

Важную роль играет урожайность рапса, которая зависит от многих факторов. Кроме почвенно-климатических условий и многие другие факторы влияют на нее тоже.

Рапс сельскохозяйственная, высокоперспективная масличная культура, посевные площади которой ежегодно увеличиваются. Причем производство рапса увеличивается во всем мире.

По объемам производства рапсовое масло находится на третьем месте, уступая лишь пальмовому и соевому. Согласно статистике 2020/2021, на его долю приходится 14,1 % глобального рынка (29,1 млн. т).

Крупнейшие производители рапсового масла 2020/2021, по данным USDA (в млн. т): ЕС (32,1 %) – 9,3, Китай (21,5 %) – 6,2, Канада (15,6 %) – 4,5, Индия (9,8 %) – 2,9, Япония (3,4 %) – 1.

Всего в мире было произведено 29,1 млн. т масла рапса, из них на долю других государств пришлось 5,1 млн. т продукта.

Еще можно добавить, что рапс тоже значительно нужен миру, т. к. из него получают топливо, масло и корма для животных.

Рассмотрим данные таблицы по производству рапса за прошлые годы 2020-2022 гг., а также прогнозы на 2023 г.

Можно подвести итоги того, что урожайность к 2021-2022 гг. повысилась на 8,25 % по сравнению с прошлыми годами. И производство тоже значительно повысилось к 2021-2022 гг. – на 14,96 %. По прогнозам на 2023 г. Ожидается, что производство повысится на 0,34 %, а урожайность – на 0,48 %.

Таблица – Производства рапса в мире 2019-2023 гг.

Сезон 2022/2023	Урожайность (т/га)	Производство (1000 МТ)	Импорт (1000 МТ)	Экспорт (1000 МТ)
Оценка февраль 2023	2,1	85 076	17 839	19 276
Изменения	+0,01	+290	+925	+1027
Оценка январь 2023	2,09	84 786	16 914	18 249
Изменения к 2021/2022	+0,16	+11071	+3916	+4161
2021/2022	1,94	74 005	13 923	15 115
2020/2021	2,12	73 892	16 662	18 106
2019/2020	2,01	69 635	15 711	15 982

Можно сказать, что во всех странах мира разные способы и системы по производству рапса. Совершенствуются технологии возделывания, выводятся новые сорта, производятся новые минеральные удобрения и улучшаются их качества, что в конечном итоге приводит к росту урожайности и валового сбора культуры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Информагенство «LinDeal» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lindeal.com/trends/top-stran-po-proizvodstvu-i-ehksportu-podsolnechnogo-masla-i-rastitelykh-masel-v-mire/>. – Дата доступа: 09.02.2023.
2. Информагенство «oilworld.ru» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.oilworld.ru/balance/1675198800-all-877991-877589.html/>. – Дата доступа: 09.02.2023.

УДК 633.853.494 (476)

ПРОИЗВОДСТВО РАПСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Мазуркевич К. В. – студент

Научный руководитель – **Мирский Д. М.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

В нашей стране рапс получил большое распространение не только для производства семян, но и для использования его на кормовые цели.

Также различные предприятия, хозяйства области используют его для изготовления масел, белков для пищевой промышленности, на зеленый корм, для приготовления силоса, сенажа, травяной резки, брикетов, рапсовой муки и также изготавливают лечебные средства.

Возделыванием и производством рапса в Республике Беларусь занимается значительно большая часть сельскохозяйственных организаций и предприятий страны. Организации, специализирующие на переработке масла семян рапса, включают все области и регионы республики: 118 районов, 1647 хозяйств. [1]

Следовательно, как и у всех культур растениеводческих важную роль играет урожайность рапса, которая зависит от многих факторов. Кроме почвенно-климатических условий, на урожайность рапса большое влияние оказывают наличие и применение органических и минеральных удобрений, средств защиты растений, обеспеченность техникой, выполнение работ в оптимальные сроки, материальная заинтересованность работников в результатах своего труда. Также существует неразрывная связь между плодородием почвы и эффективностью сельскохозяйственного производства, содержанием в почве питательных веществ и технологиями выращивания сельскохозяйственных культур.

Основными направлениями для повышения производства рапса следует соблюдать такие важные критерии, как:

- улучшение и повышение плодородия почвы;
- химическая защита посевов от болезней, вредителей и сорняков;
- применение промышленной технологии уборки рапса и его возделывание, механизация всех процессов;
- внесение микроудобрений и минеральных веществ и другие важные критерии для соблюдения производства рапса.

История возделывания рапса в Беларуси насчитывает более 30 лет. Первоначально рапс внедрялся с целью получения зеленой массы для животноводства. Затем возникла необходимость его возделывания для получения растительного масла и кормового белка. С 1986 г. посевы этой культуры были расширены по всей республике. В середине 90-х гг. рынок семян рапса был одним из самых рентабельных рынков сельскохозяйственной продукции [2].

В его состав также входят жирные кислоты, которые играют важную роль в регулировании жирового обмена, снижая уровень холестерина, возможность тромбообразования и ряда других заболеваний.

Большое внимание уделяется проблеме производства жидкого топлива из растительных источников, в частности, для северных районов может быть использовано рапсовое масло. С ужесточением норм на токсичность выхлопных газов автомобилей биотопливо из рапсового

масла может стать одним из вариантов решения этой проблемы.

На самом деле рапс является перспективной масличной культурой, посевы семян рапса в республике занимают около 120 тыс. га, что недостаточно, а средняя урожайность составляет 11-12 ц/га. Агроклиматические ресурсы показывают, что рапс может возделываться на более значительной площади. Это обеспечит нужные объемы валового сбора семян для производства необходимого количества растительного масла. Кроме удовлетворения продовольственных и кормовых потребностей, 500 550 тыс. т рапсового масла необходимо производить на технические цели, производство технических масел и рапсового дизельного топлива.

Следовательно рапс – сельскохозяйственная, высокоперспективная масличная культура, посевные площади которой ежегодно увеличиваются. Причем, ее производство увеличивается во всем мире, а не только в масштабах Республики Беларусь.

Рапс также очень полезен и важен во многом для животных и для человеческого организма. В Республике Беларусь он является основной масличной культурой и кормовой. Рапс очень важен для производства страны, т. к. из него изготавливают почти все, к примеру, масло, топливо, корма и др.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дегтяревич, И. И. Организационно-экономические основы функционирования рапсо-продуктового подкомплекса АПК: монография / И. И. Дегтяревич, Л. А. Бондарович. – Гродно: ГГАУ, 2010. – 153 с. – Дата доступа: 09.02.2023.
2. Организационно-экономические и технологические основы наращивания объемов производства маслосемян ярового и озимого рапса в Республике / А. Головач [и др.].

УДК 635.21(476)

ПРОИЗВОДСТВО КАРТОФЕЛЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Макаревич Е. Л. – магистрант

Научный руководитель – **Гришанова О. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Картофелеводство в нашей стране является крупной отраслью сельского хозяйства. По своей народнохозяйственной значимости картофель занимает второе место после зерна и по праву называется в народе «вторым хлебом». Среди полевых культур – это важнейшая продовольственная, кормовая, а также техническая культура.

Главные задачи в картофелеводстве Республики Беларусь – совершенствование и освоение адаптивных технологических приемов

возделывания культуры, обеспечивающих высокое качество семенного, продовольственного и технического картофеля, который будет устойчив к болезням и вредителям; оптимизация процессов длительного хранения и переработки картофеля. Картофель – очень требовательная и много затратная культура.

Картофелеводство является одной из немногих отраслей сельского хозяйства, где производство продукции было рентабельным на протяжении длительного периода, однако в последние годы отрасль в большинстве хозяйств убыточна. В 2021 г. по производству второго хлеба на душу населения Республика Беларусь занимает первое место в мире – 366 кг, аналогичная ситуация складывается и потреблению – 159 кг на душу населения [1].

Рассмотрим основные показатели производства картофеля в стране за 2017-2021 гг.

Таблица – Основные показатели производства картофеля в Республике Беларусь (все категории хозяйств) [2]

Показатели	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Площадь посадки тыс. га	214	202	188	177	175
Валовой сбор, тыс. т	5009	4348	4355	3708	3409
Урожайность, ц/га	235	217	233	210	197

Из данных таблицы видно, что за последние пять лет сократились посадочные площади картофеля на 18,3 % – с 214 до 175 тыс. га. Урожайность также снизилась на 16,5 % в 2021 г. по сравнению с 2017 г. Для всех сельскохозяйственных культур 2021 г. был неблагоприятным по погодным условиям и картофель не стал исключением.

Также следует отметить, что сельскохозяйственные предприятия не относят отрасль картофелеводства к приоритетным отраслям.

Важнейшими факторами повышения эффективности производства картофеля являются освоение, углубление и расширение научных исследований в области картофелеводства:

- создание и внедрение в производство высокоэффективного, оздоровленного, безвирусного посадочного материала;
- обеспечение необходимой техникой и оборудованием для возделывания и переработки культуры;
- совершенствование технологии выращивания картофеля, использования эффективных технических средств и защитных мероприятий, в достаточном количестве использование минеральных и органических удобрений, что сократит затраты труда, повысит урожайность и качество продукции;
- строительство новых картофелехранилищ;
- организация внутриреспубликанских и экспортных рынков сбыта

картофеля и продуктов его переработки.

ЛИТЕРАТУРА

1. Государственная программа «Аграрный бизнес» на 2021-2025 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// www.economy.gov.by](http://www.economy.gov.by). – Дата доступа: 09.01.2023.
2. Сельское хозяйство Республики Беларусь: статистический сборник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; [редколлегия: И. В. Медведева и др.]. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2021. – 179 с.

УДК 631.155.2:633.1(476)

РАЗВИТИЕ РЫНКА ЗЕРНА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Максимук М. А. – магистрант

Научный руководитель – **Пестис М. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Производство зерновых и зернобобовых культур играет значительную роль при оценке состояния государства и уровня жизни населения. Зерновые культуры возделываются во всех районах нашей республики. Они занимают центральное место в отраслевой структуре растениеводства. Под зерновые отводится до 45 % пашни. Потребность республики в зерне (с учетом восстановления экспортного потенциала) составляет 9-10 млн. т, в т. ч. продовольственного – 2-2,5 млн. т в массе после доработки. В 2022 г. получен валовой сбор зерна 8,701 млн. т при урожайности 34,5 ц/га (рисунок).



Рисунок – Валовой сбор и урожайность зерновых и зернобобовых культур 2017-2022 гг. (хозяйства всех категорий)

Из графика видно, что на протяжении 2017-2022 гг. прослеживаются колебания в валовом сборе и урожайности зерновых и зернобобовых культур в хозяйствах всех категорий. Максимальные значения данных показателей были достигнуты в 2020 г. (валовой сбор – 8770 тыс. т, урожайность – 35 ц/га). В Республике Беларусь в 2022 г. валовой сбор и урожайность почти достигли максимального уровня за исследуемые годы и составили соответственно 8701 тыс. т и 34,5 ц/га.

Внутренний рынок зерна Беларуси формируется в основном за счет собственных ресурсов, но отличается несбалансированностью спроса и предложения как по объему, так и по ассортименту. Рынок зерновых культур находится в тесной взаимосвязи с рынками других государств, особенно стран СНГ. В 2021 г. в республике находилось 12 263,6 тыс. т зерна с учетом запасов прошлого года, что на 2,2 % больше по сравнению с 2017 годом. Каждый год около 50 % от общего объема зерна поступает на промышленную переработку (мука, крупа, спирт, комбикорм), а на производственное потребление идет только 12-13 % зерна. На экспорт в 2021 г. отправлено 133 тыс. т зерна, что на 132 тыс. т больше, чем в 2017 г. Что говорит о положительной взаимосвязи рынка Республики Беларусь с рынками других стран. Около 3 % зерна импортируется, в основном из стран СНГ. На конец года на протяжении пяти лет в среднем остается запасов зерна 3700-3900 тыс. т. В последние годы стабильно обеспечена продовольственная безопасность государства.

В условиях ограниченной возможности расширения посевов зерновых культур, стабильный рост производства зерна в Республике Беларусь следует обеспечить за счет повышения урожайности всех видов зерновых культур. По данным Института земледелия и селекции НАН Беларуси, потенциал современных технологий при возделывании зерновых колосовых культур составляет 45-50 ц/га на супесчаных и суглинистых почвах.

Таким образом, объемы производства зерна в Беларуси должны определяться национальными интересами нашего государства, поскольку республике никогда не стать экспортером зерна по причине его низкой конкурентоспособности с аналогичной продукцией многих стран. Республика Беларусь имеет все предпосылки для того, чтобы обеспечить динамичный, устойчивый рост основных показателей эффективности производства зерновых культур. В перспективе в Республике Беларусь планируется расширить посевы пшеницы, зернобобовых и кукурузы. Импортироваться в страну будут те виды зерна, получение которых в условиях Беларуси невозможно по климатическим причинам или в силу экономической нецелесообразности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.belstat.gov.by. – Дата доступа: 16.01.2023 г.

УДК 631.16:657.474.51:633.1(476.6)

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНА В ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Максимук М. А. – магистрант

Научный руководитель – **Пестис М. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Экономическая эффективность определяется путем сопоставления полученного эффекта с использованными для его получения ресурсами или затратами. Оценка только по затратам недостаточна, т. к. результат производства во многом зависит от всего объема ресурсов, вовлеченных в производственный процесс.

Нами проанализирована себестоимость производства зерна и влияющие на нее факторы в Гродненской области (таблица). Себестоимость производства 1 ц зерновых культур значительно колеблется по отдельным хозяйствам Гродненской области. Причиной этого являются различия в уровнях ведения хозяйства, технической оснащенности производства, урожайности культур.

Таблица – Факторы, влияющие на себестоимость производства зерна в Гродненской области

Показатели	Годы					2021 г. к 2017 г., %
	2017	2018	2019	2020	2021	
Площадь, га	264 756	250 990	263 526	262 326	256 840	97,01
Валовой сбор, т	1 012 481	657 744	897 058	1 151 829	856 328	84,58
Урожайность, ц/га	38,24	26,21	34,04	43,91	33,34	87,19
Производственная себестоимость 1 ц, руб.	17,62	25,8	23,86	21,98	29,59	167,93
Прямые затраты труда на продукцию, тыс. чел.-ч	4502	3883	4155	4335	3898	86,58
Производительность, ц/чел.-ч	2,25	1,69	2,16	2,66	2,2	97,78
Затраты труда на 1 га, чел.-ч	17	15,47	15,77	16,53	15,18	89,29
Трудоемкость 1 ц, чел.-ч	0,44	0,59	0,46	0,38	0,46	104,55

Примечание – Источник: собственная разработка

Уровень товарности зерна в Гродненской области составляет 55 %. 45 % зерна используется на кормовые цели. Оно является основной составной частью производимого в хозяйствах комбикорма. Многие хозяйства области полностью обеспечивает скот и свиней кормами собственного производства. Производственная себестоимость 1 ц зерна за 5 исследуемых лет увеличилась и в 2021 г. составила 29,6 руб./ц, что на 68 % больше по сравнению с 2017 г. Данное увеличение произошло в результате снижения валового сбора и роста затрат на производство зерновых культур. Валовой сбор снизился на 15,4 %, по сравнению с 2017 г., в связи с сокращением посевных площадей на 7916 га, а также снижением урожайности на 12,9 %.

При сокращении посевных площадей под зерновые культуры и одновременном сокращении затрат труда, соответственно снизились затраты труда на 1 га на 10,7 %. Производительность труда незначительно снизилась, т. к. темп снижения прямых затрат труда на продукцию и темп снижения валового сбора практически одинаковые. Обратный показатель производительности труда – трудоемкость увеличилась на 4,6 %.

Анализ структуры затрат, пошедших на производство зерновых, показал, что основную долю всех затрат занимают удобрения и средства защиты растений, которые составляют 35,1 %. За последние пять лет, затраты на удобрения и средства защиты растений увеличились на 0,5 п. п. Также увеличились затраты на оплату труда и организацию производства и управления, а также на топливо. Рост данных статей связан с удорожанием материальных ресурсов.

Таким образом, проведенный анализ показал, что в Гродненской области эффективность производства зерна снижается. При снижении валового сбора и урожайности зерна, растет трудоемкость и себестоимость. В качестве основных путей снижения себестоимости производства зерна можно выделить: повышение урожайности, за счет новых высокоурожайных сортов, сокращение затрат на организацию и управление производством, рациональное размещение производства и его кооперация.

ЛИТЕРАТУРА

1. Годовые отчеты Гродненской области, 2017-2021 гг.

ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ НАРАЩИВАНИЯ УРОВНЯ КОРМЛЕНИЯ КОРОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА

Малахова Т. В. – студент

Научный руководитель – **Гайдуков А. А.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Производство продукции животноводства зависит не только от обеспеченности животных кормами, но и от эффективности их использования. Использование кормов характеризуется показателями уровня кормления животных, окупаемостью кормов, экономией (перерасходом) в кормах. Окупаемость кормов представляет собой количество произведенной продукции в расчете на единицу потребленных кормов. Экономия (перерасход) в кормах определяется разницей из фактически потребленных (израсходованных) кормов нормативной потребности в кормах (на одну голову, единицу продукции или в целом по животноводству) [1, 3].

В современных условиях важное значение приобретает не столько окупаемость кормов продукцией животноводства в натуральном измерении, сколько сопоставление производства продукции и расхода кормов в стоимостном выражении. В связи с этим, на наш взгляд, необходимо по отдельному виду продукции животноводства определить зависимость выхода продукции (в расчете на 1 гол.) от кормообеспеченности животных в стоимостном выражении. Это можно сделать по данным отдельного региона с помощью стохастического анализа.

Цель работы – оценить зависимость стоимости производства молока на 1 корову от кормообеспеченности животных в стоимостном выражении по организациям АПК Горецкого района Могилевской области.

В процессе анализа использованы данные годовой бухгалтерской отчетности сельскохозяйственных организаций Горецкого района Могилевской области за 2021 г. В качестве основного метода исследования использован корреляционно-регрессионный анализ [2].

Крупнотоварные производители сельскохозяйственной продукции Горецкого района Могилевской области представлены 8 организациями АПК. Основной отраслью всех указанных организаций является молочно-мясное скотоводство. В связи с этим эффективность отрасли во многом определяет конечные результаты деятельности организаций в целом.

Недостатками стохастического анализа зависимости производства молока от затрат кормов на производство продукции является, с одной стороны, недостаточный учет конечных результатов деятельности в стоимостном выражении, с другой стороны, несопоставимость расхода кормов и стоимости продукции в плане использования только ее товарной части.

Для исключения данных недостатков нами проведен анализ в следующей последовательности:

1) проведен расчет стоимости кормов, израсходованных в среднем на 1 гол. молочного стада КРС (x , тыс. руб./гол.);

2) с учетом средней цены реализации молока рассчитана стоимость полученного молока от 1 коровы (y , тыс. руб./гол.);

3) с помощью корреляционно-регрессионного метода рассчитаны параметры уравнения зависимости результативного показателя от факторного.

В результате проведенного анализа получено следующее уравнение:

$$y = 0,08 + 2,48x.$$

Параметры, характеризующие уравнение, показывают, что оно достаточно точно описывает исследуемую зависимость и его можно использовать в процессе анализа. Следовательно, по организациям АПК Горьковского района среднее увеличение кормообеспеченности коров на 1 тыс. руб./гол. вызывает прирост молочной продуктивности животных на 2,48 тыс. руб./гол.

По результатам проведенного исследования можно сделать вывод о том, что в исследуемом регионе является целесообразным наращивание обеспеченности животных кормами, т. к. это обуславливает более значительный прирост продуктивности. Прибыльность отрасли обеспечивает удельный вес кормов в общих затратах на производство молока в размере до 40 %.

ЛИТЕРАТУРА

1. Векленко, В. И. Основные факторы эффективности производства и использования кормов в молочном скотоводстве / В. И. Векленко, И. Я. Пигорев, Н. Д. Жмакина // Вестн. Курской гос. с.-х. акад. – 2015. – №. 8. – С. 73-75.
2. Теоретические основы бухгалтерского учета и анализа (часть 2): методические указания и задания для практических занятий / А. А. Гайдуков, В. В. Мангутова. – Горки: БГСХА, 2017. – 35 с.
2. Шундалов, Б. М. Статистика агропромышленного комплекса: учеб. пособие / Б. М. Шундалов. – Минск: ИВЦ Минфина, 2014. – 496 с.

ДИНАМИКА ОКУПАЕМОСТИ КОРМОВ В МОЛОЧНОМ СКОТОВОДСТВЕ ОТДЕЛЬНОГО РЕГИОНА

Малахова Т. В. – студент

Научный руководитель – **Гайдуков А. А.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

В современных условиях интенсификация сельскохозяйственного производства в условиях постоянно нарастающего дефицита основных ресурсов основывается на повышении эффективности их использования. В животноводстве основным фактором интенсификации производства является повышение окупаемости кормов [2].

Анализ эффективности использования кормов в молочном скотоводстве проводится постоянно. Тем не менее, на наш взгляд, в настоящее время целесообразно рассматривать данный вопрос в региональном аспекте на основе значительного количества данных. Кроме того, для выявления отдельных тенденций и закономерностей следует сопоставлять показатели в динамике за ряд лет [1].

Цель работы – оценить зависимость продуктивности коров от их кормообеспеченности в динамике по организациям АПК Гродненской области Республики Беларусь.

В процессе анализа использованы данные годовой бухгалтерской отчетности сельскохозяйственных организаций Гродненской области за 2019-2021 гг. В качестве основного метода исследования использован корреляционно-регрессионный анализ [3].

Аграрный сектор Гродненской области в настоящее время представлен более 100 крупнотоварными сельскохозяйственными организациями. В большинстве из них молочное скотоводство является высокоэффективной отраслью. В связи с этим выявленные тенденции и закономерности развития отрасли могут иметь большое практическое значение как для функционирования менее эффективных организаций региона, так и для организаций АПК других регионов республики.

На первом этапе анализа сформированы массивы данных по организациям АПК региона за 2019-2021 гг., а также проведен расчет показателей продуктивности и кормообеспеченности. Из совокупности исключены значения показателей, которые являются нетипичными для региона и могут повлиять на искажение полученных результатов.

В дальнейшем рассчитаны параметры уравнений регрессии влияния кормообеспеченности коров на их продуктивность за три года. За 2019 г. уравнение имеет следующий вид:

$$y = -21,78 + 1,42x,$$

где y – годовой удой молока от 1 коровы, ц/гол.; x – фактический расход кормов на 1 гол., ц к. ед.

Параметры, характеризующие уравнение, показывают, что оно достаточно точно описывает исследуемую зависимость и его можно использовать в процессе анализа. Следовательно, по организациям АПК Гродненской области в 2019 г. среднее увеличение кормообеспеченности коров на 1 ц к. ед./гол. обуславливает прирост молочной продуктивности на 1,42 ц/гол.

В результате расчетов, по данным 2020 г., получено следующее уравнение взаимосвязи:

$$y = -19,61 + 1,38x.$$

Таким образом, в 2020 г. повышение кормообеспеченности на 1 ц к. ед./гол. вызвало увеличение продуктивности коров на 1,38 ц/гол.

В 2021 г. выявлена следующая зависимость между показателями:

$$y = -17,42 + 1,31x.$$

В данном периоде увеличение расхода кормов на 1 гол. на 1 ц к. ед. вызвало прирост продуктивности на 1,31 ц/гол.

По результатам проведенного исследования прослеживается четкая тенденция снижения окупаемости кормов молоком в регионе. В 2021 г. по сравнению с 2019 г. прирост продуктивности за счет увеличения кормообеспеченности снизился на 0,11 ц/гол., или на 7,7 %. Для выявления причин данной тенденции необходимо исследовать изменение качества и структуры кормов, а также другие факторы, комплексно влияющие на продуктивность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Демидова, Л. Г. Региональная экономика: теоретические и методические основы региональной экономики: учеб. пособие / Л. Г. Демидова, А. Н. Ермакова, В. М. Разумовский. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский гос.экон. ун-т, 2020. – 281 с.
2. Векленко, В. И. Основные факторы эффективности производства и использования кормов в молочном скотоводстве / В. И. Векленко, И. Я. Пигорев, Н. Д. Жмакина // Вестн. Курской гос. с.-х. акад. – 2015. – №. 8. – С. 73-75.
2. Теоретические основы бухгалтерского учета и анализа (часть 2): методические указания и задания для практических занятий / А. А. Гайдуков, В. В. Мангутова. – Горки: БГСХА, 2017. – 35 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Малахова В. А. – студент

Научный руководитель – **Артеменко С. И.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Товарный знак – это знак, призванный проводить различие между товарами и услугами разных предприятий. Товарные знаки охраняются в качестве прав интеллектуальной собственности.

Цель исследования – оценка товарных знаков винодельческих предприятий Республики Беларусь.

Объект исследования – товарные знаки винодельческой отрасли Республики Беларусь (таблица).

Таблица – Пример анализа товарных знаков предприятий винодельческой отрасли Республики Беларусь

Товарный знак	Название предприятия	Способ создания: преимущества и недостатки
	ОАО «Гомельский винодельческий завод»	Способы: Способ первых букв (ГВЗ), «Липучка». Плюсы: возможность изменить цветовую гамму. Простота и минимализм.
	ОАО «Компания «МогНат»	Способы: Соединение 2 слов (Могилевское натуральное) Бордовый цвет ассоциируется с вином.
	ОАО «Брестский ликеро-водочный завод» «БЕЛАЛКО»	Способы: Соединение 2 слов (Белорусский алкоголь), Зубр (Брест). Запоминаемость.

Метод оценки – тест, основанный на принципах дизайна, которые предложил Пол Рэнд. Методика включает в себя семь шагов. Необходимо последовательно ответить на семь вопросов: определение уникальности, оценка воспринимаемости, проверка адаптивности, степень запоминаемости, расчет глобальности, определение вневременности, простота и минимализм. По пунктам с 1 по 6 начисляется от 1 до 10 баллов, по 7 – максимум составляет 15.

В результате проведенного анализа получены следующие результаты:

1. ОАО «Гомельский винодельческий завод» – 70 баллов;
2. ОАО «Компания «МогНат» – 69 баллов;
3. ОАО «Брестский ликеро-водочный завод» «БЕЛАЛКО» – 67 баллов;

лов;

4. РУП «Голочинский консервный завод» – 66 баллов;
5. ЗАО «Минский завод виноградных вин» – 66 баллов;
6. ОАО «Гомельский винодельческий завод» филиала Речицкий – 64 баллов;
7. «КДУП Чечерский винодельческий завод» – 64 балла;
8. Виноводочный завод Дорорс ОАО – 62 балла;
9. Минский завод игристых вин ОАО – 62 балла;
10. ОАО «Мозырский спиртоводочный завод» – 61 балла;
11. Костюковичский спиртзавод РУП Климовичский ЛВЗ – 60 баллов;
12. ОАО «Гродненский ликеро-водочный завод» – 60 баллов;
13. «АЛГОНЬ» ОАО Дятловский ликеро-водочный завод» – 59 баллов;
14. ОАО «Пинский винодельческий завод» – 58 баллов;
15. КУП «Полоцкий винодельческий завод» – 55 баллов;
16. «ВитВин» ОАО «Витебский винодельческий завод» – 46 баллов.

Как видим из полученных результатов, 12 предприятий из 16 преодолели минимальный порог в 60 баллов, что дает основание считать графическое изображение товарного знака этих предприятий удачными вариантами. 4 предприятиям целесообразно рассмотреть рејстайлинг товарного знака.

Также была проведена оценка нейминга предприятия. В результате исследования выявлено, что предприятия анализируемой отрасли обычно используют топонимы, например, Гомельский Винодельческий Завод, Костюковичский спиртзавод. В таких случаях товарный знак отображает город, в котором расположено предприятие. Однако есть и необычные подходы к названию своего знака:

«МогНат» – название товарного знака получается из слов Могилев и Натуральный, что показывает качество продукции и место расположения предприятия.

«ВитВин» – название товарного знака образовано с помощью слияния двух слов. Витебский Винодельческий, что является названием предприятия.

Таким образом, можно заметить, что не все товарные знаки имеют существенные различия, однако к созданию товарного знака многие предприятия винодельческой отрасли Республики Беларусь подошли с должным креативом, понимая, что оригинальный товарный знак является залогом успеха на рынке.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА «ТАЙНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ» В ОЦЕНКЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Мартинкевич А. Д. – студент

Научный руководитель – **Леванов С. Ю.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

В настоящее время предприятия, осуществляющие свою деятельность, работают в условиях непрерывной конкуренции. Это определяет необходимость обеспечить высокий уровень предоставляемых услуг, а также качественное обслуживание.

Существует относительно большое количество методов и инструментов, позволяющих оценить качество обслуживания в рамках внутреннего и внешнего контроля: анализ продаж, опрос реальных клиентов, инспекции, скрытое и открытое видеонаблюдение за сотрудниками и прочие [3].

По нашему мнению, один из наиболее эффективных способов может быть метод «Тайного покупателя». Родиной данной системы оценки качества обслуживания является США, где в 20-е годы XX века были предприняты попытки оценить честность сотрудников банковских и розничных торговых предприятий [2].

В настоящее время тысячи компаний по всему миру ежедневно пользуются системой «Тайный покупатель» как инструмент, позволяющий охарактеризовать систему обслуживания на сервисном предприятии, выделить т. н. «узкие места» и сформулировать проблемы, решение которых поможет предприятию стать более привлекательным для клиентов.

В Республике Беларусь этот метод оценки качества обслуживания используется с начала 2000-х годов и становится все популярнее не только в столице, но и крупных городах.

Система «Тайный покупатель» – это технология маркетингового исследования, которая предполагает анонимное оценивание качества, уровня обслуживания клиента, связанное с приездом специально обученного лица в сервисную организацию под видом обычного клиента [3].

Сфера применения метода достаточно широка: везде, где присутствует непосредственное взаимодействие сотрудника компании и клиента. В качестве объекта исследования являются продавцы, консультанты, сотрудники торговых точек, телефонные менеджеры и консультанты, менеджеры по обработке заявок через электронную почту и

форму заказов на сайте и пр.

В ходе проведения исследований в организациях могут оцениваться следующие параметры: внешний вид сотрудников; умение общаться с клиентами, выявлять их нужды, правильно ответить на возражения клиентов («дорого», «сложно» и другие – в зависимости от специфики товаров или услуг); умение вести диалог по телефону; умение вести беседу в конфликтных ситуациях и др. [3].

С. А. Ольшанская и А. С. Губарева [2] называют тайного покупателя аудитором качества обслуживания, функцией которого является совершение контрольной покупки, а также отказ от приобретения, включая долгие предпродажные обслуживания со стороны продавца или консультанта. Однако этот метод не заменяет, а дополняет другие процедуры оценки деятельности сотрудников, например, аттестацию экспертную оценку, тестирование и наблюдение.

К недостаткам этой системы оценки качества относят субъективность оценки, полностью от которой невозможно избавиться, даже в случае привлечения профессиональных тайных покупателей.

Использование методики «тайного покупателя» в оценке работы организации может быть использовано в оценке системы подготовки кадров, мотивации персонала [1]; анализе показателей качества работы конкурентов; стимулировании сбыта товара; оценке показателей качества обработки заявок с сайта или телефонных операторов.

Поэтому система «Тайный покупатель» может стать эффективным способом оценки качества сервиса в организациях при соблюдении всех правил и требований, предусмотренных данной методикой.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дорошкевич, И. Н. Границы современного аграрного образования / И. Н. Дорошкевич, С. Ю. Леванов // Перспективы развития высшей школы: материалы XII Международной научно-методической конференции / УО «Гродненский государственный аграрный университет». – Гродно: ГГАУ, 2019. – С. 55-57.
2. Ольшанская, С. А. Особенности применения программы «Тайный покупатель» с целью повышения качества обслуживания в торговом предприятии / С. А. Ольшанская, А. С. Губарева // Курорты. Сервис. Туризм. – 2013. – № 1 (18). – С. 115-119.
2. Состина, Л. В. Тайный покупатель как один из инструментов контроля качества в сфере сервисной деятельности / Л. В. Состина // Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. – 2012. – № 1-2 (53-54). – С. 239-243.
3. Устинова, О. В. Тайный покупатель как метод оценки качества обслуживания клиентов в ресторанном сервисе / О. В. Устинова, А. А. Торосян. – 2013. – С. 184-189.

УДК 633.853.494 (476)

ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОИЗВОДСТВА СЕМЯН РАПСА В БЕЛАРУСИ

Меньшакова М. В. – студент

Научный руководитель – **Минина Н. Н.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

В Беларуси яровой рапс получил широкое распространение не только для производства семян, но и для использования его на кормовые цели. Хозяйства области используют его на зеленый корм, для приготовления силоса, сенажа, травяной резки, брикетов, рапсовой муки. В рационах кормления применяются рапсовый жмых и шроты. Рапс можно широко использовать в системе зеленого конвейера в качестве поукосных и пожнивных культур. Рапс – легко силосуемое растение и является хорошим консервантом для других кормов. Рапс является хорошим предшественником для зерновых культур, создает благоприятные агротехнические условия для последующих культур в севообороте. Рапсовое масло используется на технические цели – для производства технических масел и рапсового дизельного топлива.

Цель исследований – охарактеризовать современное состояние и перспективы развития производства семян рапса в Беларуси.

Использованы данные Национального статистического комитета Республики Беларусь, общенаучные и частные методы исследований.

Рапс является основной масличной культурой, выращиваемой в республике. Необходимость его возделывания обусловлена дефицитом масла растительного и белкового корма для нужд животноводства. Кроме того, большинство районов республики непригодны по климатическим условиям для выращивания теплолюбивых масличных культур (подсолнечник, соя).

В республике имеется более 50 маслодобывающих организаций, специализирующихся на переработке семян масличных культур либо имеющих в своем составе соответствующие цеха, производственные мощности которых позволяют переработать 1064 тыс. т маслосемян в год (семена рапса, подсолнечника, льна, бобы сои). Потребление масла растительного в республике составляет около 230 тыс. т в год, в т. ч. на пищевые цели – 174 тыс. т в год. Исходя из научно обоснованных норм, масло рапсовое в структуре общего потребления масла растительного может составлять до 60 % (около 130 тыс. т в год).

Посевная площадь рапса в хозяйствах республики в 2021 г. составила 389,7 га. За 2015-2021 гг. размеры посевных площадей рапса как в

целом по Республике Беларусь, так и по всем областям увеличились. Наибольшее увеличение посевных площадей рапса наблюдается в Гомельской области – практически в 7,5 раза и в Минской области – более чем в 2 раза.

Одним из важных показателей эффективности сельскохозяйственного производства является урожайность (таблица).

Таблица – Урожайность рапса в хозяйствах всех категорий по областям Республики Беларусь, ц/га

Территория	Годы							2021 г. в % к 2015 г.
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Республика Беларусь	15,7	12,4	18,2	13,0	16,7	20,5	19,0	121,0
Области:								
Брестская	19,9	12,2	21,5	16,6	20,7	24,2	20,6	103,5
Витебская	11,5	11,2	11,9	10,4	11,6	12,5	12,4	107,8
Гомельская	11,7	15,1	17,6	8,0	9,0	12,5	13,2	112,8
Гродненская	22,2	13,5	24,8	17,6	25,2	30,7	25,1	113,1
Минская	14,1	12,5	17,9	13,7	18,4	22,0	21,5	152,5
Могилевская	9,0	11,5	16,5	11,4	12,9	18,1	16,8	186,7

Средняя урожайность рапса за 2021 г. по республике составила 19,0 ц/га, что на 21,0 % выше, чем в 2015 г., но на 7,3 % ниже, чем в 2020 г. При этом самая высокая урожайность наблюдается в Гродненской области – 25,1 ц/га, самая низкая – в Витебской области (12,4 ц/га).

Валовой сбор семян рапса в Республике Беларусь в хозяйствах всех категорий в 2021 г. увеличился на 332,6 тыс. т, или на 86,9 %, по сравнению с 2015 г. Наибольшее увеличение валового сбора рапса наблюдается в хозяйствах всех категорий Гомельской области – более чем в 9 раз. Более чем в 3 раза увеличился валовой сбор в Могилевской и Минской областях.

В 2021 г. средняя цена производителей сельскохозяйственной продукции на семена рапса в 2021 г. составила 13 060,12 руб./т, за 2016-2021 гг. она увеличилась на 656,72 руб./т, или практически в два раза (средняя цена производителей сельскохозяйственной продукции на семена рапса в 2021 г. составляла 703,40 руб./т).

Индикаторами развития льняного подкомплекса на 2021-2025 гг., согласно государственной программе «Аграрный бизнес» на 2021-2025 гг., являются производство к 2025 г. объемов маслосемян рапса до 820 тыс. т при урожайности 18,2 ц/га.

Таким образом, рапс является перспективной и ценной культурой, содержание масла в растении доходит до 45 %. Следует отметить высокую рентабельность возделывания озимого и ярового рапса.

УДК 633.853.494 (476)

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА СЕМЯН РАПСА В БЕЛАРУСИ

Меньшакова М. В. – студент

Научный руководитель – **Минина Н. Н.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Рапс – универсальная культура. Значение рапса достаточно велико. Кроме того, что рапсовое масло употребляется в пищу, он также используется на зеленую массу, сенаж и травяную муку в чистом виде и в смеси с другими растениями.

Цель исследований – охарактеризовать организацию производства семян рапса в Республике Беларусь.

Использованы работы отечественных ученых, общенаучные и частные методы исследований.

Для удовлетворения потребностей населения Беларуси в растительном масле по минимальной норме 13,5 кг на человека в год необходимо производить его в объеме около 135 тыс. т, для чего требуется иметь около 350 тыс. т семян. Для их производства при урожайности 10-15 ц/га в республике необходимо иметь 225-337 тыс. га посевов рапса, при урожайности 20-25 ц/га – 135-169 тыс. га. Гродненский район – лидер в Беларуси по выращиванию озимого рапса: урожайность культуры здесь вдвое превышает средний показатель по республике. Хорошие результаты по производству маслосемян имеют СПК им. Деньщикова, СПК им. В. И. Кремко, СПК «Прогресс-Вертилишки», СПК «Обухово». Лучшими хозяйствами республики по урожайности рапса являются ОАО «Рапс» Минской области, КСУП «Припять» Гомельской области.

В ОАО «Рапс» одной из самых приоритетных культур для возделывания признан рапс, где при общем наличии пашни 3069 га на 480 га размещается рапс. В хозяйстве возделываются сорта озимого рапса «Прогресс» и «Зорный», заложен семенник сорта «Дабрадзей». Семена приобретаются в РУП «НПЦ НАН РБ», Жодино, из питомника размножения. На реализацию в другие хозяйства идет семенной материал суперэлиты. При доработке семян применяется такой прием, как калибровка с помощью аэродинамического сепаратора типа «CLAAS».

На формирование 1 т урожая семян рапс расходует 50-60 кг азота, 25-35 кг фосфора, что в 2 раза больше, чем зерновые культуры, а также в 3-5 раз больше калия (40-60 кг), кальция, магния, бора и серы.

Глубина заделки семян рапса – не более 1,5-2 см, поэтому

поверхность поля должна быть идеально выровненной. Посев проводится в первой декаде августа с нормой высева 80-100 семян на квадратный метр (до 5 кг) на глубину 15 см сеялками «Amazonе AD-3002 семенами районированных сортов («Зорны», «Прогресс») с обязательным протравливанием.

Уход за посевами озимого рапса осенью включает в себя химпрополку (через 2-3 дня после посева гербицидом «БУТИЗАН® СТАР», доза – 1,5-2 л/га), также осенью в фазу 5-ти листьев проводится обработка посевов фунгицидом-ретардантом «КАРАМБА», 0,8-1,0 л/га. Растения озимого рапса, не достигшие фазы 4-х листьев к середине сентября, препаратом «КАРАМБА» не обрабатываются, их необходимо подкормить («Эколист Рапс» – 4 л/га или «ЭколистРК» – 1-5 л/га).

В начале бутонизации проводится химическая обработка инсектицидами, микроэлементами и регуляторами роста. Используются препараты: «ФАСТАК» – 0,1 л/га; «Эколист Рапс» – 3 л/га; «ЭколистМоно Бор» – 1 л/га, для снижения стрессовой нагрузки – «ТеррасорбФолиар» – 2 л/га. Через 8-10 дней (конец бутонизации) проводится вторая химическая обработка инсектицидами и микроэлементами: «Фастак» – 0,1 л/га; «Эколист Рапс» – 3 л/га; «ЭколистМоно Бор» – 1 л/га.

Против болезней в период от начала до середины цветения рапс обрабатывают фунгицидом «ПИКТОР» – 0,5 л/га [2].

Прямое комбайнирование – наиболее эффективный способ уборки, позволяющий сократить потери семян на 25-30 % по сравнению с раздельной уборкой. В последние годы применяется препарат «НьюФилм-17» за две недели до уборки в дозе 0,7 л/га. Это позволяет избежать преждевременного растрескивания стручков и сгладить неравномерность созревания. Для уменьшения потерь следует использовать специальную рапсовую жатку с удлиненной платформой режущего аппарата и боковым ножом. Поступающий от комбайна ворох семян при необходимости закладки на хранение немедленно очищают в потоке с уборкой. Даже кратковременное согревание вороха приводит к резкому снижению посевных и технологических (товарных) качеств семян [1].

Таким образом, основными направлениями повышения эффективности производства рапса являются его интенсификация на основе внесения оптимального количества органических и минеральных удобрений, внедрение комплексной механизации, использование прогрессивных форм организации и оплаты труда с учетом конечного результата.

ЛИТЕРАТУРА

1. Курек, А. В. Технология возделывания озимого рапса в ОАО «Рапс» / А. В. Курек // Советская Белоруссия. – 25.05.2020. – С. 8-12.
2. Шаганов, И. А. Мероприятия по уходу за посевами озимого рапса осенью / И. А. Шаганов // Белорусское сельское хозяйство. – 2018. – № 10. – С. 36-38.

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Мигура М. В. – студент

Научный руководитель – **Станкевич И. И.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

Логистика – это совокупность организационно-управленческих и производственно-технологических процессов по эффективному обеспечению организации движения материальных и иных ресурсов.

В деловом мире термин «логистика» широко используется и определяет теорию и практику перемещения сырья, материалов, производственных, трудовых и финансовых ресурсов, готовой продукции от места их происхождения до потребителя.

Предметом логистики является комплексное управление всеми материальными и нематериальными потоками в системах.

Новизна концепции логистики в управлении производственными системами заключается во всестороннем, комплексном подходе к вопросу о движении материальных благ в процессе производства и потребления.

Логистическая система должна охватывать и координировать процессы производства, поставки и распределения продукции, а также быть основой для стратегического планирования и прогнозирования.

Логистическая деятельность базируется на трех основах: техника как совокупность всех технических средств и оборудования, сопровождающих материальные потоки; информация как совокупность всех статических и динамических сведений о движении материалов и нематериальных потоков в системах; экономика предприятия и инфраструктура.

В задачу логистики в основном входит координация и оптимизация финансовых и товарных потоков компании, приведение их в соответствие с конъюнктурой рынка и производственным потенциалом соответствующей отрасли.

Итак, одной из основных задач логистики является создание комплексной эффективной системы регулирования и управления материальными и информационными потоками, обеспечивающей высокое качество доставки продукции. С этой задачей тесно связано решение таких задач, как:

- соответствие друг другу материальных и информационных потоков;
- контроль над материальным потоком и передача данных о нем в

единый центр

- определение стратегии и технологии физического перемещения товаров;
- разработка способов управления операциями движения товаров;
- установление норм стандартизации полуфабрикатов и упаковки;
- определение объема производства, транспортировки и складирования;
- расхождение между намеченными целями и возможностями закупки и производства.

Любой нужный нам продукт связан с огромным количеством логистических фрагментов «бизнес-бизнес» (B2B) и «бизнес-покупатель» (B2C). Логистика обрабатывает все, от нескольких горнодобывающих заводов или сельскохозяйственных угодий, производственных сетей до полок магазинов, пунктов выдачи заказов в интернет-магазинах или курьера, прибывающего к вам. На конечную цену влияет набор цепочек поставок, участвующих в производстве товаров или услуг на протяжении всего их жизненного цикла. Несогласованность взаимодействия любых фрагментов приводит к задержкам производства, увеличению затрат, срыву контрактов, репутационным потерям.

В последние годы большинство логистических операций во всем мире осуществляется в логистических центрах.

Логистический центр – это комплекс недвижимости, включающий специально отведенную территорию с расположенными на ней зданиями, строениями и сооружениями, предназначенный для оказания комплекса логистических услуг в процессе движения материальных средств от производителя к потребителю.

Логистические центры в Беларуси создаются по принципу отраслевой направленности. В зависимости от этого они подразделяются на транспортно-логистические, оптово-логистические (торгово-логистические) и многофункциональные логистические центры как внутри страны, так и за рубежом.

Логистика оказывает существенное влияние на развитие рыночных отношений.

Таким образом, высокая актуальность внедрения логистики связана с интенсификацией и расширением товарно-денежных отношений в нашей стране, усилением хозяйственных связей между предприятиями, развитием производственной инфраструктуры и расширением хозяйственной самостоятельности предприятий и организаций.

УДК 636.22/.28.034 (476)

МОЛОЧНОЕ СКОТОВОДСТВО РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ КАК ОДНО ИЗ ВАЖНЕЙШИХ НАПРАВЛЕНИЙ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОТРАСЛИ СТРАНЫ

Миклаш В. Г. – студент

Научный руководитель – **Язубец Л. А.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

В настоящее время Республика Беларусь представлена широкой сетью молочнотоварных ферм. Важнейшим средством производства в молочном скотоводстве выступает основное стадо коров, выполняющее как производственную, так и воспроизводственную функцию. Молоко относится к тем видам сельскохозяйственной продукции, значительная часть которой потребляется домашними хозяйствами, в переработку и на внешний рынок. За 2022 г. во всех категориях хозяйств получено 7,9 млн. т молока, к 2021 г. данный показатель составил 100,1 % [1].

Обновление производственных мощностей молочно-товарных ферм, ужесточение технологической дисциплины позволили значительно улучшить качественные показатели молока. В 2021 г. сельскохозяйственными организациями реализовано молока сорта «экстра» 54,4 % от всего объема, а в 2018 г. – 44,0 %. Повышение качества молока-сырья позволяет перерабатывающей промышленности выпускать конкурентоспособную продукцию на внешнем рынке и увеличивать экспортные поставки.

Сегодня почти 65 % молока производится на 1,6 тыс. ферм, оборудованных доильными залами и роботами. Новые технологии обеспечивают не только высокое качество сырья, но и постоянный рост его эффективности. Расход кормов на единицу продукции снизился с 1,27 до 1,07 ц к. ед. При этом товарность молока выросла до 90,3 %. Молочное скотоводство республики представлено голштинской и черно-пестрой породами, обладающими высоким генетическим потенциалом продуктивности. Скот этой породы является практически единственным источником получения в республике молока и говядины. Поголовье крупного рогатого скота молочного направления в племенных хозяйствах насчитывает 65 тыс. гол., в т. ч. с удоем 9 тыс. кг молока за 305 дней лактации – 19,96 тыс. гол. Быкопроизводящие коровы используются в качестве матерей для получения ремонтных бычков новых генераций и доноров.

Таблица – Крупный рогатый скот молочного направления, имеющий высокую молочную продуктивность в племенных сельскохозяйственных организациях Республики Беларусь

Наименование организации	Год рождения	Номер лактации	Удой за 305 дней	Содержание жира, %	Содержание белка, %
МРУП АК Ждановичи	2013	3	17 649	3,65	3,38
УП Молодово-Агро	2014	2	16 796	3,86	3,32
СПК им. Денщикова	2014	4	16 619	3,8	3,29
МРУП АК Ждановичи	2014	3	16 608	3,76	3,45
СПК Свислочь	2010	6	16 528	3,78	3,33
УП Молодово-Агро	2015	3	14 757	4,62	3,36
СПК Агрокомб-т СНОВ	2015	2	16 272	3,28	3,14
УП МОЛОДОВО-Агро	2015	3	16 208	3,68	3,18
СПК Свислочь	2013	4	16 178	3,71	3,27
УП Молодово-Агро	2014	3	16 083	3,94	3,46

Примечание – Источник: составлено автором по данным [1]

Для реализации селекционных программ Белплемживобъединение ежегодно проводит закрепление семени высокоценных племенных бычков за маточным поголовьем. Получаемый племенной молодняк бычков проходит тщательный ветеринарный и зоотехнический отбор, в результате которого только 20 % племенных бычков реализуется на элеверы республики. В масштабной селекции участвует не более 1 % от рожденных за год племенных ремонтных бычков [2].

Опыт многих передовых сельхозпредприятий подтвердил, что выход на рынок сельскохозяйственных товаропроизводителей, минуя посредников, позволяет:

- стабилизировать производственную и финансовую деятельность сельскохозяйственных предприятий;
- повысить уровень рентабельности производства молока за счет роста цены его реализации;
- создать новые рабочие места и улучшить социально-экономические условия жизни работников.

Развитие молочного скотоводства в нашей стране может быть успешным при условии четко выраженной государственной политики. Потенциал развития молочного скотоводства Республики Беларусь вполне достаточен для наращивания объемов производства молока. Необходимо лишь стимулировать развитие отрасли, совершенствовать генетический потенциал животных, кормовую базу привести в соответствие с конечным выходом продукции, технически перевооружить и переоснастить сельхозорганизации, что повысит качество и обеспечит выпуск конкурентоспособной продукции. Именно здесь кроется значительный потенциал развития белорусских хозяйств.

ЛИТЕРАТУРА

1. Молочное скотоводство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belplem.by/molochnoe-skotovodstvo/>. – Дата доступа: 14.02.2023.
2. Молочное скотоводство: курс лекций / под ред.: А. Г. Марусич. – БГСХА, 2021. – 6 с.

УДК 631.153

ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Миненко А. И. – студент

Научный руководитель – **Дешко И. А.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

В рыночных условиях каждое предприятие представляет собой открытую социально-техническую систему, связанную определенными отношениями с внешней средой. Предприятия как открытые системы могут быть простыми (малые фирмы), сложными (средние компании) и сверхсложными (крупные интегрированные корпорации).

Для успешного функционирования каждое предприятие должно одновременно выполнять две основные функции: обеспечивать платежеспособность организации за счет эффективной текущей деятельности и повышать потенциал предприятия за счет обновления технологии, производственных мощностей, продукции (услуг).

Для выполнения функций деятельности предприятия необходимо осуществлять планирование всех видов деятельности.

При формировании системы планирования необходимо учитывать факторы (внешние и внутренние):

- внешние: состояние рынка и положение на нем предприятия; общее состояние экономики страны, региона, отрасли, к которой относится предприятие; уровень платежеспособного спроса потребителей; положение поставщиков; уровень инфляции; величина процентных ставок за кредит;

- внутренние: кадровый потенциал, состояние основных фондов, объем оборотных средств, величина долговых обязательств (краткосрочных и долгосрочных), уровень загрузки производственных мощностей, прогрессивность используемых технологий, темпы обновления продукции и производства.

Планирование деятельности предприятия осуществляется для различных периодов деятельности, поэтому различают несколько видов планов:

- по времени их реализации планы делят на краткосрочные (до

года), среднесрочные (более года) и долгосрочные (свыше 3 лет);

- по значимости и перспективности решаемых задач, а также по величине используемых инвестиций различают планы стратегические, тактические (текущие), оперативные;

- по признаку подчиненности (иерархии) существуют планы корпоративные, планы юридически самостоятельных хозяйственных единиц (отделений), планы структурных подразделений и индивидуальные планы работников.

Планирование – это процесс проектирования, желаемого будущего и эффективных путей его достижения, конечным результатом такого процесса выступают плановые решения, являющиеся основой для последующей целенаправленной деятельности предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Планирование на предприятии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bsut.by/>. – Дата доступа: 01.02.2023.

УДК 338.242

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МОДЕЛИ ЦЕННОСТЕЙ ПОТРЕБЛЕНИЯ ШЕТА-НЬЮМАНА-ГРОССА

Михальчя И. В. – студент

Научный руководитель – Дорожкевич И. Н.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Потребительская ценность есть значимость, полезность предмета для потребителя. Шет, Ньюман и Гросс применили концепцию «ценности» к поведению покупателей. Они описывают выбор потребителей как явление, которое включает в себя 5 типов ценностей, а именно: функциональную, эмоциональную, социальную, эпистемическую и условную, т. е. $F + Э + С + Э + У = Ц$ (ценность).

Функциональная ценность – воспринимаемая польза предмета, основанная на возможностях данного объекта, функциональных, утилитарных или физических качеств. Продукт приобретает функциональную ценность в случае обладания функциональными, утилитарными или физическими качествами.

Эмоциональная ценность – это воспринимаемая польза предмета, основанная на его способности вызывать чувства или аффективные реакции. Продукт приобретает эмоциональную ценность благодаря ассоциированию с какими-либо чувствами или способностью вызывать, или поддерживать такие чувства.

Социальная ценность – воспринимаемая польза предмета, основанная на ассоциировании продукта с одной или несколькими социальными группами. Продукт приобретает социальную ценность благодаря ассоциации с положительными или отрицательными стереотипами демографических, социоэкономических или культурно-этнических групп.

Эпистемическая ценность – это воспринимаемая польза предмета, основанная на способности продукта вызывать любопытство, создавать новизну и/или удовлетворять стремление к знаниям. Продукт приобретает эпистемическую ценность, если он способен обеспечить что-либо новое или отличное от известного.

Условная ценность – это воспринимаемая польза предмета, возникающая в результате специфической ситуации, способствующей осуществлению выбора. Продукт приобретает условную ценность при наличии предшествующих физических или социальных условий, которые повышают функциональную или социальную значимость предмета.

Таким образом, рассматривая модель ценностей потребления Шета, Ньюмана и Гросса, мы неизбежно приходим к ее многомерности. Важно понимать, что изменение одного из типов ценностей может быть произведено без связи с другими, а степень воздействия на клиента потребительской ценности товара определяется его восприимчивостью к каждому из пяти видов ценностей.

Ценностные установки формируют различные типы потребления и образцы потребительского поведения:

- функциональный (минимальная функциональность и минимальная цена);
- стандартный нижний (фиксированный функционал, качество, стандартизированный сервис и минимальная цена);
- стандартный верхний (фиксированная цена, максимальная функциональность или качество);
- премиальный (максимальный функционал, высокие качество и цена).

В наше время потребитель желает сам участвовать в создании потребительской ценности. В связи с этим компании стараются вовлечь потребителей в процессы создания новых концепций товаров, их создания и продвижения. С помощью брендинга и программ лояльности они стараются выработать у клиентов чувства эмоциональной привязанности, доверия. В работе с потребителями компании должны стремиться не просто дать им то, что они хотят, а дать больше и быстрее, чем они рассчитывали. Клиентоориентированный подход к управлению компанией включает в себя анализ, оценку и прогнозирование потребительской ценности.

ЛИТЕРАТУРА

- 1.. Дорошкевич, И. Н. Концепция Шета-Ньюмана-Гросса в отношении лекарственных растений / И. Н. Дорошкевич // «Современные технологии сельскохозяйственного производства»: материалы XVIII Международной научно-практич. конф. – Гродно, 2015. – С. 39-40.
2. Котлер, Ф. Маркетинг 3:0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе / Ф. Котлер. – М.: Эксмо, 2011. – 181 с.
3. Психологические и педагогические дисциплины. Общая психология. Теория потребительских ценностей Шетта-Ньюмана-Гросса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.intellect.icu/teoriya-potrebitelskikh-tsennoziej-sheta-nyumana-grossa-8501>. – Дата доступа: 30.01.2023.

УДК 336.02(476)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ БЕЛАРУСИ

Молева А. С. – студент

Научный руководитель – **Ганчар А. И.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Одними из основных факторов в достижении успеха в конкурентной борьбе является захват и сохранение конкурентных преимуществ. Очень часто производители товаров и услуг имеют дело с необходимостью постоянного наблюдения за динамикой спроса и стоимости сырья и мгновенного реагирования в случае их резкого изменения.

Ответ решения проблем конкурентоспособности и продовольственной безопасности республики лежит в плоскости инновационного развития агропромышленного комплекса. Инновации – это своего рода ключ к увеличению производства, повышению производительности, смягчению волатильности цен на продовольственном рынке и, следовательно, повышению конкурентоспособности.

Инновации, связанные с агропромышленным комплексом, являются результатом науки и техники, необходимых для повышения производительности труда, улучшения эффективности производства и общей эффективности всех отраслей сельского хозяйства.

Точное сельское хозяйство – это современный метод управления фермой, в которой используются цифровые технологии для наблюдения и оптимизации процессов сельхоз производства. Конечной целью является обеспечение использования меньшего количества энергетических и материальных ресурсов и снижение воздействия на окружающую среду при одновременном увеличении количества и качества сельскохозяйственной продукции [1].

Наша страна обладает достаточным потенциалом для внедрения точного земледелия или его отдельных компонентов в сельскохозяйственное производство. К числу главных преимуществ нашей республики можно отнести наличие около 1400 сельскохозяйственных предприятий и средний размер землепользования, превышающий 6,0 тыс. га по сельскохозяйственным угодьям и 4,1 тыс. га по площади пашни. Согласно реестру земельных ресурсов Республики Беларусь, сельскохозяйственные земли составляют 40 % от общей площади республики, а пахотные земли – 27,5 % [2]. В Беларуси также хорошо развито сельскохозяйственное машиностроение. Страна производит собственные комбайны и тракторы, оснащенные высокоточными системами GPS, что значительно снижает затраты на приобретение высокоточной техники для сельхозпроизводителей.

Однако существует несколько причин, по которым точное земледелие в сельском хозяйстве Беларуси распространяется не с такой интенсивностью, как, например, в странах Европы. Существующая система управления сельскохозяйственными угодьями ориентирована на традиционное сельское хозяйство, которое является энергоемким и ресурсоемким и не учитывает неоднородность полей и почв.

Одним из элементов точного земледелия является использование дронов. Этот элемент является одним из самых перспективных для использования в Республике, т. к. требует меньше материальных затрат по сравнению со многими другими элементами точного земледелия.

На международной сельскохозяйственной выставке «Беллагро-2020» была представлена разнообразная современная техника, которая уже активно используется в сельском хозяйстве, а также прототипы техники, которые в скором времени могут стать неотъемлемой частью сельского хозяйства. Одними из таких прототипов являются дроны. Они могут использоваться для разнообразных задач, например: инвентаризация сельхозугодий, создание электронных карт полей, оценки объема работ и контроль их выполнения, мониторинг состояния посевов, оценки всхожести культур, охраны угодий и внесение средств защиты растений [3].

Однако, казалось бы, у такой перспективной технологии есть и свои недостатки. Самый серьезный и очевидный – это запрет использования БПЛА в запретных зонах. Некоторые сельскохозяйственные предприятия расположены в зоне запрета использования дронов и других БПЛА, т. к. они близко расположены, например, к стратегическим объектам, и для эксплуатации дронов необходимо изучить все нюансы их использования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Интернет-портал «Продукт ВУ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://produkt.by/news/cifrovizaciya-i-tochnoe-zemledelie-belarus-vnedryaet-novye-tehnologii-v-selskoe-hozyaystvo>. – Дата доступа: 27.01.2023.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 27.01.2023.
3. Интернет-газета «AGRONEWS» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://agronews.com/by/ru/news/technologies-science/2020-10-06/47422>. – Дата доступа: 27.01.2023.

УДК 330.322

СПЕЦИФИКА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В СФЕРЕ АПК

Мучинская П. А. – студент

Научный руководитель – **Станкевич И. И.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

Процесс стратегического планирования подразумевает комплекс мероприятий, на котором изучают сведения, прогнозируют и сопоставляют условия внешней среды с ресурсами бизнеса. Цель стратегического планирования заключается в выявлении конкурентных преимуществ субъекта на выделенном отрезке времени. Этот подход помогает в систематическом развитии и составляет важную часть организационных процессов субъекта [1].

Стратегическое планирование в сфере АПК определяет, что предпринятию необходимо сделать сейчас, чтобы достичь ожидаемых целей в будущем. Этапы стратегического планирования проиллюстрируют: как произойдет распределение ресурсов сельскохозяйственного предприятия, его адаптация к условиям внешней среды и изменится ли работа сотрудников. Такой подход позволяет управлять бизнесом осознанно и системно, а не полагаться на везение и интуицию.

Стратегическое планирование в сфере АПК имеет следующие преимущества: всесторонний анализ возможных угроз, оптимизация действий сотрудников, подготовка благоприятных условий для старта стратегии, создание предпосылок для стратегического мышления, возможность сосредоточиться на ключевых направлениях развития, формирование внутреннего управления, разработка грамотного распределения ресурсов [1].

Выделяют следующие этапы разработки инвестиционной стратегии сельскохозяйственного предприятия:

- определение общего периода формирования инвестиционной

- стратегии и формирование стратегических целей деятельности;
- обоснование стратегических направлений и форм инвестиционной деятельности;
 - определение стратегических направлений формирования инвестиционных ресурсов;
 - формирование инвестиционной политики по основным направлениям инвестиционной деятельности;
 - оценка результативности разработанной стратегии.

К числу наиболее известных и широко применяемых методов разработки стратегии сельскохозяйственного предприятия относятся SWOT-анализ и Gap-анализ. В действительности они являются не чем иным, как методами выбора стратегии предприятия, позволяющими остановить свой взгляд на том или ином типе известной эталонной, конкурентной или другой стратегии деятельности предприятия.

Инвестиционный SWOT-анализ заключается в последовательном изучении внутреннего финансового состояния сельскохозяйственного предприятия, в поиске положительных и отрицательных сторон, а также прогнозировании предполагаемых возможностей или угроз со стороны инвестиционной среды. На основании SWOT-анализа строится такая инвестиционная стратегия сельскохозяйственного предприятия, которая учитывает сильные стороны и возможности и компенсирует недостатки, минимизирует при этом угрозы и снижает риск.

Инвестиционный Gap-анализ заключается в нахождении той разницы, которая существует между нынешней тенденцией развития сельскохозяйственного предприятия и потенциально возможным путем его развития. На основании Gap-анализа из четырех возможных стратегий определяется оптимальное направление инвестиционной деятельности [2].

Таким образом, роль инвестиционной стратегии в развитии сельскохозяйственного предприятия заключается в определении долгосрочных целей развития, построении конкретных задач по их достижению, оценке реальных возможностей и перспектив, использовании его потенциала более эффективно за счет учета влияния различных внешних факторов на инвестиционную среду, в т. ч. и конкурентов. Наличие инвестиционной стратегии значительно облегчает деятельность сельскохозяйственного предприятия и привлекает внимание возможных инвесторов. При вложении денег в тот или иной проект потенциальных инвесторов интересует в первую очередь целенаправленное использование руководством сельскохозяйственного предприятия инвестируемых средств.

Инвестиционная стратегия сельскохозяйственного субъекта

является тем комплексом мер и положений, грамотное составление и использование которых – одна из главных заявок предприятия на успех.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бланк, И. А. Основы инвестиционного менеджмента / И. А. Бланк – Москва: Омега – Л, 2018. – 672 с.
2. Лахметкина, Н. И. Инвестиционная стратегия предприятия: учебное пособие / Н. И. Лахметкина. – Москва: КНОРУС, 2018. – 262 с.

УДК 338.22

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «МОЛОЧНЫЕ ГОРКИ»

Нагорная Е. С., Титова И. А. – студенты

Научный руководитель – **Сыроковаш Н. А.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»

г. Минск, Республика Беларусь

Распоряжением Могилевского облисполкома от 16.06.2008 № 163-р открытое акционерное общество «Молочные горки» зарегистрировано в Едином государственном реестре юридических лиц и индивидуальных предпринимателей за № 700101290.

Целью деятельности предприятия является хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли.

Предприятие осуществляет следующие виды деятельности:

- переработка молока и производство сыра;
- производство молочных консервов;
- производство детского питания и диетических продуктов питания;
- производство прочих машин и оборудования общего назначения, не включенных в другие группировки;
- деятельность, связанная с использованием природных ресурсов и воздействием на окружающую среду.

Площадь земельного участка, занимаемого предприятием, составляет 5,72 га. На территории завода расположены производственный корпус с пристроенными подсобными помещениями и компрессорной, котельная с газовым хозяйством, водопроводным хозяйством, складскими помещениями.

В настоящее время предприятие использует 76 % имеющихся производственных площадей. Помещения не сдаются в аренду и субаренду.

Остаточная стоимость основных средств предприятия, приобретенных за счет средств резерва, составляет 2816 млн. руб.,

восстановительная стоимость – 4654 млн. руб., численность оборудования, машин – 398 ед. (в т. ч. 6 единиц автотранспорта). Из них 236 единиц имеют срок службы менее 10 лет и только 2 более 20 лет [1].

Как было указано ранее, предприятие использует только 76 % складских помещений, общая площадь которых составляет 5998 м². Неиспользуемые помещения можно сдавать в аренду, что привлечет дополнительный доход.

Для начала необходимо рассчитать площадь арендуемого помещения.

Свободная площадь производственных и складских помещений = 5998 - 4558,48 = 1439,52 м².

Арендная ставка без НДС устанавливается в месяц исходя из арендуемой площади, базовой ставки арендной платы за 1 кв. м арендуемой площади и коэффициентов комфортности, характеризующих удобство пользования сдаваемыми в аренду производственными зданиями, сооружениями и помещениями, и определяется по формуле:

$$\text{Апл} = \text{Аб} \times \text{Км} \times \text{Кр} \times \text{Кк} \times \text{Кэф} \times \text{Саp} = 15\,158,1456.$$

Базовая арендная ставка устанавливается в евро за 1 кв. м арендуемой площади в месяц. Базовые ставки за 1 кв. м арендуемой площади в месяц для г. Минска составляют 5 евро.

Коэффициенты размещения производственных зданий, строений и помещений устанавливаются облисполкомами и Мингорисполкомом в пределах 0,6-1,0 в зависимости от расположения производственных зданий и сооружений в населенном пункте.

Коэффициент эффективности имеет значение от 0,5 до 3,0, устанавливается по соглашению сторон в зависимости от востребованности производственных зданий, сооружений и помещений, их технического состояния и коммерческой выгоды от сдачи в аренду. По нашим расчетам, этот коэффициент равен 1,7.

$$\text{Конверсия годового дохода } \text{Vбел} \times \text{Vевр} = 2,72 \times 36,38 = 98,95 [2].$$

Исходя из расчетов темп роста – 0,17 %.

На основании анализа финансового состояния и хозяйственной деятельности предприятия ОАО «Молочные горки» предлагается использовать неиспользуемые складские помещения в аренду. Реализация предложенных мероприятий позволит улучшить финансовое состояние организации. Внедрение такого экономичного решения позволит рационально использовать имеющиеся средства. Прогнозируется увеличение рентабельности и чистой прибыли предприятия. Это управленческое решение очень привлекательно еще и тем, что оно не предполагает каких-либо материальных вложений со стороны предприятия. Он поможет легче перенести сложившуюся на предприятии ситуацию,

привлекая дополнительный капитал.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бухгалтерский баланс на 01 января 2022 г. ОАО «Молочные горки».
2. Донцова, Л. В. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / Л. В. Донцова, Н. А. Никифорова. – М: Изд-во «Дело и Сервис», 2019. – 144 с.

УДК 339.138

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ ПРИМЕНЕНИЯ DIGITAL-МАРКЕТИНГА

Недбайленко В. В. – студент

Научный руководитель – **Климова Ю. Е.**

УО «Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий»

г. Могилев, Республика Беларусь

В последнее время часто можно услышать о цифровизации всего и вся, и о digital-технологии в маркетинге, в частности.

Digital, или цифровой маркетинг – это способ для бизнеса поддерживать взаимодействие со своими клиентами с помощью их персональных устройств.

Каналы digital-маркетинга, с помощью которых компания взаимодействует с пользователями сети:

- Контент-маркетинг. Это создание контента для публикации в блоге или бренд-медиа компании.

- Сайты и блоги. Можно публиковать полезные материалы на собственном сайте или завести блог на сторонней площадке вроде Medium или Хабра. Блог – это важный канал для работы с узнаваемостью бренда и подготовкой аудитории к покупке.

- SMM. Помогает привлечь трафик или внимание аудитории через социальные сети. Этот канал продвижения помогает находить лояльную аудиторию, получать обратную связь о продукте.

- Performance-маркетинг. Специалисты этого канала отвечают за закупку охватов и целевых действий пользователей. К нему относятся контекстная и таргетированная реклама, CPA-сети.

- CRM-маркетинг. Сфера digital-маркетинга, которая тесно связана с данными о пользователях. CRM-маркетологи отвечают за коммуникацию с аудиторией: делают рассылки, шлют push-уведомления, занимаются CMC-маркетингом и обзванивают потенциальных клиентов.

- SEO. Цифровой маркетинг помогает получать трафик из

поисковой выдачи. Чем больше людей по своему запросу переходят на конкретный сайт, тем выше его трафик.

- Партнерский маркетинг. Обмен партнерскими ссылками, проведение совместных акций и рекламных кампаний.

- Инфлюенсер-маркетинг, или маркетинг влияния. Люди доверяют блогерам, чьи сторис ежедневно смотрят в соцсетях, и авторам подкастов, которых слушают во время пробежки.

Предположим, ОАО «Могилевский мясокомбинат» начнет производить новый вид варено-копченых колбас. За последнее время на рынке инноваций технологий была представлена технология ассортимента обогащенных варено-копченых колбасных изделий. За основу взяты личные наработки автора Ю. Д. Данилова. Впервые изучена возможность применения экструдата из смеси нута и пшеницы (4 : 1), обогащенной йодом и селеном в процессе проращивания на растворах йодида калия и селенита натрия в технологии варено-копченых колбасных изделий. Обоснована целесообразность использования муки из экструдата пророщенных семян нута и пшеницы, с повышенным содержанием целевых микроэлементов и аминокислот, в производстве качественной мясной продукции с минимальным внесением пищевых добавок. Полученный продукт можно отнести к категории обогащенных продуктов питания, т. к. употребление 100 г данного изделия способствует удовлетворению более 15 % среднесуточной физиологической потребности человека в сбалансированном белке, микроэлементах, йоде и селене.

Продвижение этой продукции, конечно же, можно осуществить, разместив на собственном сайте информацию о новинке. Важно отметить преимущество данного продукта, выделить его, уточнить, что никто из предприятий мясной промышленности Беларуси не производит такую продукцию.

Следующий канал продвижения новой продукции можно осуществить с помощью CRM-маркетинга, делая рассылки, обзванивая потенциальных клиентов с новостью, что вышел новый вид варено-копченых колбас, обогащенный йодом и селеном, микроэлементами и аминокислотами.

Используя предложенную идею производства нового вида варено-копченых колбас в тандеме с некоторыми каналами digital-маркетинга, предприятие будет получать больше прибыли, обретет новых потребителей, например, тех, кто имеет проблемы с нехваткой йода и селена, а также тех, кто хочет пополнить микроэлементы и аминокислоты в организме с целью поддержания здоровья.

ЛИТЕРАТУРА

1. Digital-маркетинг – суть, особенности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://practicum.yandex.ru/blog/digital-marketing/>. – Дата доступа: 05.02.2023.
2. Диджитал-маркетинг – каналы, технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.hse.ru/blog/766723703.html>. – Дата доступа: 06.02.2023.

УДК 338.24.01

ОСВНОНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ И ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ

Иброхимов Санжарбек Ойбек угли – студент

Научный руководитель – **Чернов А. С.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Целью данной научной статьи является анализ ключевых аспектов, касающихся организационных структур управления.

Ключевыми понятиями структур управления являются элементы, связи (отношения), уровни и полномочия. Элементами ОСУ могут быть как отдельные работники (руководители, специалисты, служащие), так и службы либо органы аппарата управления, в которых занято то или иное количество специалистов, выполняющих определенные функциональные обязанности. Существуют два направления специализации элементов ОСУ: в зависимости от состава структурных подразделений организации вычлняются звенья структуры управления, осуществляющие маркетинг, менеджмент производства, научно-технического прогресса и т. п.; исходя из характера общих функций, выполняемых в процессе управления, формируются органы, занимающиеся планированием, организующие производство, труд и управление, контролирующие все процессы в организации.

Отношения между элементами структуры управления поддерживаются благодаря связям, которые принято подразделять на горизонтальные и вертикальные связи.

В структуре управления организацией различаются линейные и функциональные связи. Первые суть отношения по поводу принятия и реализации управленческих решений и движения информации между т. н. линейными руководителями, т. е. лицами, полностью отвечающими за деятельность организации и ее структурных подразделений. Функциональные связи сопрягаются с теми или иными функциями менеджмента. Соответственно используется такое понятие, как полномочия: линейного персонала, штабного персонала и функциональные.

Полномочия линейных руководителей дают право решать все вопросы развития вверенных им организаций и подразделений, а также отдавать распоряжения, обязательные для выполнения другими членами организации (подразделений). Полномочия штабного персонала ограничиваются правом планировать, рекомендовать, советовать или помогать, но не приказывать другим членам организации выполнять их распоряжения.

На всех уровнях управления уделяют огромное внимание принципам и методам формирования структур, выбору типа или комбинации видов структур. Многосторонность содержания структур управления предопределяет множество принципов их формирования. Главные из этих принципов могут быть сформулированы следующим образом [1]:

1. Организационная структура управления должна, прежде всего, отражать цели и задачи организации, а следовательно, быть подчиненной производству и его потребностям.

2. Следует предусматривать оптимальное разделение труда между органами управления и отдельными работниками, обеспечивающее творческий характер работы и нормальную нагрузку, а также надлежащую специализацию.

3. Формирование структуры управления надлежит связывать с определением полномочий и ответственности каждого работника и органа управления, с установлением системы вертикальных и горизонтальных связей между ними.

4. Между функциями и обязанностями, с одной стороны, и полномочиями, и ответственностью, с другой стороны, необходимо поддерживать соответствие, нарушение которого приводит к дисфункции системы управления в целом.

5. Организационная структура управления призвана быть адекватной в социально-культурной среде организации, оказывающей существенное влияние на решения, относительно уровня централизации и децентрализации, распределения полномочий и ответственности, степени самостоятельности и масштабов контроля руководителей и менеджеров.

Реализация этих принципов означает необходимость учета при формировании (или перестройке) структуры управления множества различных факторов воздействия на ОСУ.

Таким образом, опираясь на исследования в области современных тенденций системы управления, можно заключить, что в настоящее время, главный фактор, «задающий» возможные контуры и параметры структуры управления – сама организация.

ЛИТЕРАТУРА

1. Иванова, И. А. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 305 с.

УДК 338.24.01

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ СТРУКТУР

Иброхимов Санжарбек Ойбек угли – студент

Научный руководитель – **Чернов А.С.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Целью данной научной статьи является обобщение проблем при формировании управленческих структур.

Одной из базовых проблем на сегодняшний день является проблема формирования управленческой структуры, представляющая собой сложный вопрос, задачу, требующую своего уяснения, изучения, оценки и решения.

Управленческие проблемы классифицируются по следующим признакам [2]:

- степень важности и срочности (как правило, самые важные проблемы являются и наиболее срочными);
- масштабы последствий, в случаях принятия или непринятия решений, и численность организаций и лиц, которых затрагивают данные проблемы;
- возможность решения проблемы с наименьшими затратами и в оптимальные сроки;
- степень риска, связанного с решением данной проблемы, и возможность возникновения новых проблем на этой основе;
- степень структуризации и формализации, возможность выражать проблему в количественных и качественных показателях и т. д.

Другой немаловажной проблемой является повышение уровня конкурентоспособности предприятия, оптимизация его функционирования и элементарное выживание в рыночной среде. От ее решения во многом зависит качество производственных процессов, доходность предприятий, их адаптация к рыночным условиям и последующий экономический рост. Также объективный фактор, объединяющий многие глубинные причины экономических и социальных трудностей организаций, снижающихся темпов экономического развития, с одной стороны, и причины повышения эффективности производства и уровня

жизни в развитых странах Запада, с другой стороны, – это качество создаваемой и выпускаемой продукции или услуг.

В современных условиях, когда отраслевые рынки поделены между его участниками, стоит обратить внимание на изучение отдельных рыночных сегментов и выявление резервов конкурентоспособности за счет четкой целевой ориентации производства на требования конкретных потребителей.

Наряду с проблемой правильного выбора целевого сектора и его сегмента важное значение имеет оценка условий деятельности на данном рынке. К тому же, в настоящее время на первый план выходит проблема управления персоналом, его образовательный и квалификационный уровень. Эта проблема достаточно часто не позволяет эффективно решать стоящие перед предприятием проблемы значимого характера. Техничко-экономическое развитие предприятия в современном быстро меняющемся технологическом мире во многом зависит от качества его трудовых ресурсов и инвестиций в человеческий капитал с целью повышения этого качества и усиления интереса людей к творчеству, инновациям и адаптации к новым технологиям.

Многие отечественные предприятия сталкиваются также и с маркетинговыми проблемами. Организация процесса маркетинговых исследований необходима для каждого предприятия, как методология работы на любом рынке. Рекламу следует рассматривать как составную часть большого органического единства общества и системы предпринимательства [1].

Таким образом, подводя итог обзора литературных источников по теме диссертационного исследования, можно заключить, что решение стоящих перед предприятием проблем в вопросах управления сбытом, снабжением и персоналом в итоге представляет систему решений комплекса взаимосвязанных конкретных проблемных ситуаций. И только когда проблемная ситуация детально «расчленена» для конечного анализа, можно сделать конкретные выводы по ее принципиальному решению.

ЛИТЕРАТУРА

1. Виссема, Х. Менеджмент в подразделениях фирмы: Предпринимательство и координация в децентрализованной компании Серия: Профессиональная библиотека. Серия «Менеджмент». – М: ИНФРА-М, 2008. – 450 с.
2. Корсаков, М. Н. Применение функциональной модели менеджмента для достижения устойчивых конкурентных преимуществ / М. Н. Корсаков // Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. – № 7. – С. 22-24.

ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА КАК ВАЖНЕЙШИХ ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА

Олехнович А. А. – студент

Научный руководитель – **Протасеня С. И.**

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
г. Гродно, Республика Беларусь

В современных условиях хозяйствования коренным образом изменились условия функционирования организаций. В настоящее время успехи долгосрочная устойчивость хозяйствующих субъектов во многом определяется степенью их адаптации к ускоряющейся и усложняющейся динамике изменений, происходящих во внутренней и внешней среде функционирования организаций. Индивидуальные преимущества организаций и их лидерство на рынке все в большей степени определяются эффективностью использования имеющихся ресурсов [1].

Одним из важнейших факторов улучшения результативности хозяйственной деятельности является обеспеченность субъектов хозяйствования основными средствами в необходимом количестве и ассортименте и более полное и эффективное их использование.

Рациональное использование основных средств и производственных мощностей организации способствует улучшению всех технико-экономических показателей, а именно увеличению выпуска продукции, снижению ее себестоимости, трудоемкости производственного процесса и др. Поэтому в целях повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов необходимо поддержание имеющихся у них производственных средств на должном уровне. Этому может способствовать обновление основных средств и улучшение их технических характеристик как факторов, влияющих на уровень рентабельности и финансовое состояние организации. Следовательно, необходим постоянный контроль за состоянием и использованием имеющихся у организации основных средств. Данное обстоятельство обуславливает необходимость проведения комплексного экономического анализа основных средств, целью которого является выявление резервов улучшения их внутривидовой структуры и повышение эффективности их использования. Результаты анализа основных средств нужны прежде всего собственникам, а также кредиторам, инвесторам и менеджерам организации, т. к. в современных условиях увеличивается маневренность организаций в отношении создания и использования средств труда, повышается роль кредита в формировании основных средств [2, 3].

Резервами снижения потерь в использовании основных средств

могут быть следующие:

- ✓ сокращение сроков ввода в эксплуатацию и освоения новых объектов основных средств, их замены и модернизации;
- ✓ увеличение сменности работы организации и оборудования;
- ✓ снижение целодневных и внутрисменных простоев и перерывов в работе в связи с поломкой оборудования или отсутствием работников;
- ✓ повышение коэффициента сменности работы машин и оборудования за счет более интенсивного использования основных средств;
- ✓ соблюдение оптимальных объемов загрузки оборудования;
- ✓ приведение стоимостного объема основных производственных средств в соответствие с технологической потребностью организации;
- ✓ механизация и автоматизация основных производственно-технологических процессов;
- ✓ улучшение внутривидовой структуры основных средств за счет увеличения доли активной части в общем их объеме;
- ✓ улучшение технического состояния основных средств за счет проведения своевременного и качественного их ремонта;
- ✓ совершенствование организации труда;
- ✓ внедрение мероприятий научно-технического прогресса;
- ✓ правильный выбор типа организации и рациональное размещение оборудования с учетом интенсивности производства;
- ✓ внедрение прогрессивных форм и методов обслуживания покупателей и др. [4].

Однако следует отметить, что в современных условиях хозяйствования результаты работы хозяйствующих субъектов в большей степени зависят не от внутренних, а от внешних факторов, т. е. от сложившегося в регионе экономического, политического и социального положения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Головачев, А. С. Экономика организации (предприятия): учебное пособие / А. С. Головачев, Л. А. Лобан. – Минск: РИВШ, 2022. – 388 с.
2. Экономика организации (предприятия): учеб. пособие / Л. Н. Нехорошева [и др.]; под ред. Л. Н. Нехорошевой. – Минск: БГЭУ, 2020. – 687 с.
3. Грицай, А. В. Экономика организации (предприятия): учебно-методическое пособие / А. В. Грицай. – Минск: БГУИР, 2020. – 148 с.
4. Петрович, М. В. Экономика управления: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования / М. В. Петрович. – Минск: БГЭУ, 2019. – 428 с.

УДК 633.63(476)

СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА САХАРНОЙ СВЕКЛЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Орел Н. С. – студент

Научный руководитель – **Изосимова Т. Н.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Производству свеклы отводится особое место в сельском хозяйстве Республики Беларусь, т. к. она является основным сырьем для изготовления сахара в стране. Выращиванием этой культуры в основном занимаются в регионах с наиболее благоприятными природно-климатическими условиями – это Брестская, Гродненская, Минская и Могилевская области [2].

Анализируя размеры посевных площадей за период с 2018 г. по 2022 г., можно отметить, что до 2022 г. имела место тенденция к снижению данного показателя в хозяйствах всех категорий. Таким образом, за рассматриваемый период площади посевов сахарной свеклы в Брестской области сократились на 1,4 тыс. га, в Гродненской – на 7,0 тыс. га, в Минской – на 3,5 тыс. га. Однако данный показатель вырос в Могилевской области на 2,7 тыс. га.

Следует отметить, что начиная с 2021 г. сахарную свеклу стали выращивать в Гомельской области, а с 2022 г. – в Витебской области. В 2022 г. этим регионам соответствует 0,1 и 0,7 тыс. га соответственно [1].

Сахарная свекла выращивается в основном в сельскохозяйственных организациях. Так, в 2022 г. посевная площадь сахарной свеклы для этой категории хозяйств составила 91,8 тыс. га, это 98 % от всех посевов данной культуры по стране. В Брестской области под сахарную свеклу заняли 19,6 тыс. га, в Витебской – 0,7 тыс. га, в Гомельской – 0,1 тыс. га, в Гродненской – 27,1 тыс. га, в Минской – 34,4 тыс. га, Могилевской – 9,9 тыс. га.

На полях страны в 2022 г. собрали урожай сахарной свеклы, равный 4,2 млн. т. Доля сельскохозяйственных организаций от всего объема произведенной в республике продукции составила 97,9 %.

Необходимо отметить, что валовой сбор сахарной свеклы в сельскохозяйственных организациях в 2022 г. по отношению к 2018 г. сократился примерно на 11,9 %. Изучая значения этого показателя по областям, видно, что за рассматриваемый период в Гродненской области производство сахарной свеклы снизилось на 210,6 тыс. т, или 12,0 %, в Минской – на 545,0 тыс. т, или на 29,9 %. На это в основном повлияло

уменьшение посевных площадей. Что касается Могилевского и Брестского регионов, то для них урожай вырос на 18,3 и на 143 тыс. т, что соответствует 6,1 и 17,2 %. В 2022 г. в Гомельской и Витебской областях получили сахарной свеклы 2,8 и 32 тыс. га соответственно.

Рассматривая урожайность сахарной свеклы за период с 2018 г. по 2022 г. по областям, следует отметить, что имеют место значительные колебания в значениях. Так, для сельскохозяйственных организаций она меняется от 161 ц/га (2021 г. Гомельская область) до 569 ц/га (2022 г. Гродненская область).

Сырьевая зона промышленного свеклосеяния в 2022 г. включает сельхозпредприятия и организации 13-ти районов Брестской области, 2 – Витебской, 1 – Гомельской, 16 – Гродненской, 14 – Минской и 10 – Могилевской.

Рассматривая урожайность сахарной свеклы в разрезе административных единиц, можно сделать следующий вывод: в 2022 г. примерно 43,1 % от всей численности районов, занимающихся производством сахарной свеклы, имели урожайность выше средней по стране. При этом 526 ц/га (урожайность сахарной свеклы, запланированная согласно Постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 1 февраля 2021 года № 59 «О Государственной программе «Аграрный бизнес» на 2021-2025 годы») и выше в 2018 г. собрали в 9 районах республики (Гродненская область – 4, Минская – 5), в 2019 г. – в 15 районах (Брестская – 1, Гродненская – 5, Минская – 9), в 2020 г. – в 11 районах (Брестская – 3, Гродненская область – 4, Минская – 4), в 2021 г. – в 9 районах (Брестская – 3, Гродненская – 4, Минская – 2), в 2022 г. – в 12 районах (Брестская – 4, Гродненская – 7, Минская – 1) [1].

Отметим, что наибольшего значения данный показатель достигает из года в год в Гродненском районе (726, 786, 759, 816, 870 ц/га). Затем идет Минский район, для которого средняя урожайность незначительно меньше, чем в Гродненском района (617, 727, 651, 651, 524 ц/га). Стоит обратить внимание на Гомельскую и Могилевскую области, для которых урожайность сахарной свеклы ниже средней практически во всех хозяйствах.

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 1 февраля 2021 года № 59 «О Государственной программе «Аграрный бизнес» на 2021-2025 годы» определены прогнозные параметры развития свеклосахарного подкомплекса на 2021-2025 гг.

Практическая реализация данной программы позволит к 2025 г. произвести по стране не менее 5 млн. т сахарной свеклы на площади 100,8 тыс. га. При этом сахаристость свеклы должна составить не менее 17 %. Из изложенного выше следует, что, к сожалению, плановые

показатели на сегодняшний день не достигнуты.

Реализация Государственной программы будет способствовать повышению эффективности производства сахарной свеклы за счет внедрения ресурсосберегающих технологий и цифровизации различных сфер свеклосахарного подкомплекса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. – Дата доступа: 28.01.2023.
2. Сельское хозяйство Республики Беларусь: статистический буклет / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; ред. И. В. Медведева [и др.]. – Минск, 2022. – 36 с.

УДК 636.2.033:631.15(476.6)

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ОТРАСЛИ МЯСНОГО СКОТОВОДСТВА

Осипик А. В. – студент

Научный руководитель – **Катунина С. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Традиционной отраслью сельского хозяйства является животноводство, подотрасль которой – мясное скотоводство, испытывающая проблемы роста эффективности. В мире на долю скота мясных пород приходится 40 % поголовья, соответственно 60 % – это молочный скот. Мясное скотоводство обеспечивает около 55 % мирового производства мяса крупного рогатого скота. В США мясной скот в поголовье крупного рогатого скота занимает 78 %, в Канаде – 85 %, в Австралии – 92 %. Средняя убойная масса одной головы в США составляет 316 кг, в Канаде – 308 кг, выход мяса в расчете на одну голову скота – соответственно 115 и 117 кг. Интенсивно развивается мясное скотоводство и в европейских странах: во Франции скот мясных пород в общем поголовье составляет 46 %, в Италии – 24 %, в Великобритании – 39 %, в Дании – 14 %. В ряде стран созданы собственные племенные репродукторы скота мясных пород. Поголовье крупного рогатого скота в мировом разрезе представлено в таблице 1 [1].

Таблица 1 – Динамика поголовья крупного рогатого скота по регионам мира, млн. гол.

Регион	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2021 г. к 2017 г.	
						%	+/-
Африка	344	352	361	376	373	108,4	+29
Северная Америка	105	106	106	105	105	100,0	-
Латинская Америка	416	418	423	426	434	104,3	+17
Азия	454	455	462	466	467	102,9	+13
Европа	121	119	118	116	115	95,0	-6
Океания	37	37	35	34	35	94,6	-2
Мир	1477	1487	1504	1523	1529	103,5	+52

Анализируя данные таблицы 1, можно отметить, что в целом по миру поголовье увеличилось в 2021 г. по сравнению с 2017 г. на 52 млн. гол., что в процентном отношении составляет рост на 3,5 %. При этом наибольшее увеличение поголовья произошло в Африке – на 29 млн. гол., снижение наблюдается в Европе и Океании – на 6 и 2 млн. гол. соответственно. Поголовье в Северной Америке в 2021 г. осталось на уровне 2017 г. и составило 105 млн. гол. Рассмотрим, как эти изменения повлияли на производство говядины (таблица 2) [1].

Таблица 2 – Динамика производства мяса крупного рогатого скота по регионам мира, тыс. т

Регион	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Структура в 2021 г., %	2021 г. к 2017 г.	
							%	+/-
Африка	41 346	41 136	42 571	41 720	42 695	12,9	103,3	+1349
Северная Америка	36 112	37 168	37 866	36 905	37 679	11,4	104,3	+1567
Латинская Америка	70 125	72 068	72 945	70 003	67 525	20,4	96,3	-2600
Азия	122 214	123 165	128 137	127 333	133 007	40,1	108,8	+10793
Европа	40 482	40 473	39 838	39 385	39 056	11,8	96,5	-1426
Океания	11 888	12 363	13 190	13 235	11 390	3,4	95,8	-498
Мир	322 167	326 373	334 547	328 581	331 352	100	102,9	+9185

Анализ данных таблицы 2 говорит о том, что страны Азии производили в 2021 г. 40,1 % мяса крупного рогатого скота, что составило более 133 млн. т, страны Латинской Америки – 67,525 млн. т (20,4 %). Европейские страны занимают в мировом производстве 11,8 %, что составляет более 39 млн. т. Наибольшее увеличение за анализируемый период наблюдается в странах Азии – почти 11 млн. т, или 8,8 %, снижение охватывало три направления – Латинскую Америку (на 3,7 %), Европу и Океанию (на 3,5 и 4,2 % соответственно). В целом производство по миру составило более 331 млн. т, увеличившись на 9,185 млн. т (2,9 %). Таким образом, характерными тенденциями развития мясного скотоводства в различных регионах мира являются постоянное повышение продуктивности животных, использование интенсивных технологий

выращивания и откорма крупного рогатого скота мясных пород.

ЛИТЕРАТУРА

1. World Food and Agriculture. Statistical year book. [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: file:///C:/Users/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BD%D0%B8/Statista.html. – Дата доступа: 05.02.2023.

УДК 339.1:637.1(476)

АНАЛИЗ РЫНКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Павлова В. М. – магистрант

Научный руководитель – **Фрейдин М. З.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Молочная отрасль Беларуси имеет доминирующее значение в перерабатывающей промышленности, т. к. производит самые важные для населения страны продукты питания. По данным Министерства здравоохранения Республики Беларусь, от общего веса продуктового набора потребительской корзины жителей наибольший вес (44 %) приходится на долю молока и молочных продуктов.

Актуальность исследования определяется тем, что молочная отрасль является одной из приоритетных отраслей развития экономики Республики Беларусь, т. к. молоко и молочная продукция являются базовыми в структуре питания населения страны

Цель исследования – анализ рынка молочной продукции Республики Беларусь.

Методика исследования – методы сравнительного анализа, монографический, абстрактно-логический.

Молочная промышленность – одна из приоритетных отраслей развития экономики Республики Беларусь, которая располагает высоким производственным и экономическим потенциалом в производстве и переработке молока.

По производству молока на душу населения Беларусь занимает четвертое место в Европе, уступая лишь Дании, Ирландии и Нидерландам.

Рассмотрим производство молока и потребление молока и молокопродуктов в Республике Беларусь в расчете на душу населения за 2017-2021 гг. (таблица 1).

Таблица 1 – Производство и потребление молока и молокопродуктов в Республике Беларусь в расчете на душу населения, кг

Продукция	Годы					2021 г. в % к 2017 г.
	2017	2018	2019	2020	2021	
Производство молока	774	778	785	828	841	108,7
Потребление молока и молокопродуктов	255	248	246	244	237	92,9

Примечание – Источник [1]

Из данных таблицы 1 видно, что за анализируемый период производство молока в Республике Беларусь в расчете на душу населения увеличилось на 67 кг, или на 8,7 %, при этом потребление молока и молокопродуктов, наоборот, снизилось на 18 кг, или на 7,1 %.

Белорусская молочная промышленность специализируется на выпуске молока, масла, сыров, натуральных молочных изделий, сухого обезжиренного молока, мороженого, молочных консервов и других продуктов. Переработка молока в республике по состоянию 2021 г. была сосредоточена в 43 крупных организациях, ассортимент молочной продукции превышал 1,2 тыс. наименований [2].

Динамика производства молочной продукции по видам в Республике Беларусь представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Производство молочной продукции по видам, тыс. т

Вид продукции	Годы					2021 г. в % к 2017 г.
	2017	2018	2019	2020	2021	
Цельномолочная продукция (в пересчете на молоко)	2000,8	2027,3	1995,2	2102,0	2052,3	101,2
Масло сливочное и пасты молочные	120,0	115,2	115,8	119,5	119,7	103,9
Творог и творожные изделия	129,5	128,8	138,8	146,9	157,3	122,1
Сыры, кроме плавленого сыра	193,4	203,2	243,9	270,7	278,6	137,1
Сыр плавленый	6,6	7,0	7,4	6,8	7,8	110,4
Молоко и сливки сгущенные не в твердых формах	115,6	78,9	65,4	78,7	67,2	85,2

Примечание – Источник [1]

Из данных таблицы 2 видно, что за пятилетний период производство цельномолочной продукции увеличилось на 1,2 % до 2052,3 тыс. т, масла сливочного и паст молочных – на 3,9 % до 119,7 тыс. т., сыра – на 37,1 % до 278,6 тыс. т. Сократилось производство молока и сливок сгущенных не в твердых формах на 14,8 % до 67,2 тыс. т.

На данный момент на внутреннем рынке нашей страны потребляется около 50 % производимой молочной продукции, оставшиеся 50 %

направляются на экспорт. Основными торговыми партнерами организаций-экспортеров Минсельхозпрода являются Российская Федерация и Казахстан. На них приходится около 93 % всего экспорта наших предприятий. Основные группы экспорта составляют цельномолочная продукция, сыры, сухие молочные продукты (таблица 3).

Таблица 3 – Динамика поступления и использования молока и молочных продуктов в Республике Беларусь, тыс. т

Показатели	Годы					2021 г. в % к 2017 г.
	2017	2018	2019	2020	2021	
Ресурсы						
Запасы на начало года	226,6	333,2	230,0	233,2	236,5	104,4
Производство	7320,8	7344,6	7393,5	7764,7	7822,1	106,8
Импорт	66,1	61,4	77,4	88,5	96,4	145,8
Итого ресурсов	7613,5	7739,2	7701,8	8086,4	8155,0	107,1
Использование						
Потреблено в республике	3169,2	3123,3	3071,2	3018,4	2968,4	93,7
в т. ч. личное потребление	2407,7	2337,7	2313,5	2284,5	2203,6	91,5
Экспорт	4111,1	4385,9	4397,4	4817,7	4991,6	121,4
Запасы на конец года	333,2	230,0	233,2	236,5	192,3	57,7

Примечание – Источник [1]

На основании данных, представленных в таблице 3, можно говорить об увеличении объема переходящих запасов и незначительном увеличении производства в исследуемом периоде. Ресурсы молока и молочных продуктов за период 2017-2021 гг. в целом увеличились на 7,1 % и в 2021 г. составили 8155,0 тыс. т, что стало возможным благодаря увеличению объемов производства на 6,8 %. Белорусский молочный рынок характеризуется несколькими ключевыми особенностями. Во-первых, большинство компаний на белорусском рынке принадлежат государству. Во-вторых, финансирование молочной отрасли активно ведется на протяжении двух десятилетий – с начала 2000-х годов господдержка отрасли составила более 1 млрд. долл. В-третьих, произошла консолидация белорусской молочной отрасли – с начала десятилетия более 140 предприятий объединились в 40 крупных холдингов. Сухое молоко и сыры являются основными продуктами для отрасли, а переработка сыроворотки доведена до 94 % [3].

Таким образом, проведенные исследования позволяют сформулировать следующие выводы: молочный подкомплекс Республики Беларусь является одним из важнейших элементов структуры аграрно-промышленного комплекса. Применительно к современному этапу развития рынок молочной продукции имеет четкую тенденцию роста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Интерактивная информационно-аналитическая система распространения официальной статистической информации [Электронный ресурс] / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 05.02.2023.
2. Молочная отрасль, 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://umter.by/upload/Dairy_industry.pdf. – Дата доступа: 11.09.2022.
3. Настоящее и будущее молочной отрасли Беларуси [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.milkbranch.ru>. – Дата доступа: 13.09.2022.

УДК 004.896

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ПРОМЫШЛЕННОМ ПРОИЗВОДСТВЕ: ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Пархоменко А. Р. – студент

Научный руководитель – **Климова Ю. Е.**

УО «Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий»

г. Могилев, Республика Беларусь

Сегодня в конкурентоспособных отраслях промышленности принятие решений на основе данных имеет решающее значение для своевременных и эффективных бизнес-операций, и это становится жизненно важным в нынешнюю эпоху, если учитывать, что значительные объемы данных накапливаются во внутренних и внешних компаниях.

Системный подход, исследования операций, вычислительная техника, теория искусственного интеллекта (ИИ) и особенности технологического процесса, характеристиками которого являются крупный масштаб, высокая интенсивность, длительность, прерывность и гибкость производства – это то, на чем основываются промышленные интеллектуальные системы управления.

Автоматизация применяется к ручным и когнитивным задачам, как к рутинным, так и не рутинным. Это не предполагает новых способов решения задач; скорее, необходимо автоматизировать существующие задачи. Термин «дополненный интеллект» относится к системам ИИ, которые расширяют возможности принятия человеком решений и постоянно обучаются на своем взаимодействии с людьми и окружающей средой. Также, термин «автономный интеллект» указывает на системы ИИ, которые могут адаптироваться к различным ситуациями и действовать автономно без помощи человека.

«Цифровое развитие Беларуси на 2021-2025 гг.» – это государственная программа, которая принимает во внимание уровень

«цифровой зрелости» Республики Беларусь как на отраслевом уровне, так и в региональном масштабе, а также учитывает применяемые технические решения и мировые тенденции, которые послужат основой для дальнейшей цифровой трансформации.

В соответствии с различными оценками уровня цифровизации, ведущие предприятия Республики Беларусь, такие как ОАО «МТЗ», ОАО «ММЗ», ОАО «БелАЗ», находятся на среднем уровне крупных предприятий в странах СНГ. Согласно исследованию консультанта из Беларуси, «уровень зрелости» производственных МСП страны в отношении цифровой трансформации в большинстве случаев можно идентифицировать как «не внедрено», поэтому рекомендуется пошаговый подход к внедрению стратегии цифровизации по всей цепочке ее узловых значений. Также желательно определить то значение (уровень) цифровой трансформации, который может потребоваться и быть достаточным для создания «умного производства».

Учитывая масштаб обрабатывающей промышленности Беларуси, возможно, проще начать цифровую трансформацию после того, как будет принят соответствующий план. Опережающее развитие сектора ИКТ в Беларуси обеспечивает условия для ускоренной цифровой трансформации обрабатывающей промышленности по типу «стратегия быстрого следования».

Таким образом, технологии БД и ИИ могут внести свой вклад в процесс создания ценности для повышения конкурентоспособности продуктов и услуг в обрабатывающей промышленности. Применение и результаты воздействия ИИ были представлены в шести элементах цепочки создания ценности. С точки зрения стратегии, бизнес-модели, продуктов и услуг, ИИ может снизить риски, сократить время и уменьшить затраты, неизбежные в процессе разработки стратегии он начала до ее реализации. В сфере НИОКР и инноваций ИИ сократит время, необходимое для выработки новых идей. В сфере закупок и производства ИИ может повысить производительность и качество, благодаря экономии ресурсов. При контроле качества ИИ позволит сократить время отклика и устранить возможные сбои. При профилактическом обслуживании ИИ может создавать точные прогнозы относительно сроков обслуживания и ремонта машин. В сфере энергопотребления ИИ может помочь сократить чрезмерное использование материалов и улучшить логистику и распределение энергетических ресурсов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Доклад PwC Middle East, 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pwc.com/m1/en/media-centre.html>.
2. Боровская, Е. В. Основы искусственного интеллекта: учебное пособие / Е. В. Боровская, Н. А. Давыдова. – 4-е изд., электрон. – М.: Лаборатория знаний, 2020. – 130 с.

УДК 631.153.4

ПЛАНИРОВАНИЕ ТРУДОЗАТРАТ И ФОНДА ОПЛАТЫ ТРУДА В РАСТЕНИЕВОДСТВЕ

Пачко Е. В. – студент

Научный руководитель – **Маркусенко Н. М.**

УВО «Белорусский государственный экономический университет»

г. Минск, Республика Беларусь

Отрасль растениеводства, обеспечивающая продовольствием население, а также поставляющая кормовые ресурсы для животноводства, имеет ряд технологических и организационных особенностей, которые следует учитывать в процессе планирования трудовых затрат в этой отрасли.

Планирование численности работников отрасли растениеводства должно предусматривать формирование рационального количественного и качественного трудового состава по различным категориям и специальностям. Обеспечение достойной оплаты труда с учетом конечных результатов, а также соотношение ресурсов предприятия с достижением целей является эффективной составляющей планирования [1].

Планирование труда представляет собой определение количественных, качественных и временных параметров необходимых затрат в процессе функционирования предприятия. Поэтому в основе планирования труда должен лежать учет ресурсов и факторов роста производительности труда, оптимизация численности и структуры персонала, обоснованный расчет фонда заработной платы [2].

Планирование численности работников в отрасли растениеводства должно осуществляться с использованием технологических карт, разрабатываемых по каждой культуре. Исходя из планируемых объемов работ и норм выработки, определяется потребность в трудовых затратах в разрезе категорий работников, выражаемая в человеко-днях и человеко-часах. Плановая численность работников растениеводства может рассчитываться по научно обоснованным укрупненным нормативам затрат труда в расчете на 1 га возделываемой культуры или 1 т производимой продукции.

В сельскохозяйственных предприятиях применяют различные методы планирования фонда заработной платы, которые условно можно объединить в две группы: нормативные и расчетно-конструктивные [3]. В рамках планирования фонда оплаты труда (ФОТ) должны быть

решены следующие задачи: выбор наиболее приемлемых к конкретным условиям систем платы труда; определение методических подходов к планированию фонда оплаты труда; расчет его плановой величины с разграничением структурных составляющих.

При расчете фонда оплаты труда методом, основанном на достигнутом уровне, учитываются такие показатели, как базисный фонд оплаты труда в отрасли растениеводства, планируемый коэффициент роста объема производства, изменение численности работников, уровень средней заработной платы в базисном периоде. В результате будет наблюдаться прямая зависимость величины планового фонда оплаты труда от показателей сложившегося уровня и объема производства продукции.

Метод на основе средней заработной платы определяет плановый ФОТ на основе плановой численности работающих (по категориям) в растениеводстве и планируемой среднегодовой заработной платы одного работника. Средняя заработная плата должна формироваться по базисным значениям с учетом инфляционных ожиданий и индексации.

При использовании расчетно-конструктивного метода основой для расчета ФОТ является технологическая карта, в которой отражены как количественные объемы трудозатрат, так и качественные характеристики используемых трудовых ресурсов. В процессе определения планового ФОТ целесообразно выполнить детальный расчет фонда оплаты труда в разрезе основных, вспомогательных рабочих, служащих.

Для сельскохозяйственных предприятий наиболее корректным методом формирования планового фонда оплаты труда, на наш взгляд, является расчетно-конструктивный метод на основе технологических карт. В результате фонд основной и дополнительной заработной платы в отрасли растениеводства будет находиться в прямой зависимости от объема выполняемых работ, а премиальную часть фонда следует увязывать с количественными и качественными параметрами производимой продукции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вопросы организации и планирования труда в сельскохозяйственном производстве / А. А. Сарабский [и др.] // АВУ. – 2014. – № 11 (129) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/voprosy-organizatsii-i-planirovaniya-truda-v-selskohozyaystvennom-proizvodstve>. – Дата доступа: 08.02.2022.
2. Ильин, А. И. Планирование на предприятии: учебное пособие / А. И. Ильин. – Минск: новое знание, 2011. – 668 с.
3. Планирование на предприятии АПК / К. С. Терновых [и др.]; под ред. К. С. Терновых. – М.: КолосС, 2007.

УДК 633.1:631.162 (476.6)

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО ПЛОДОВ В ОАО «ЧЕРЛЕНА» МОСТОВСКОГО РАЙОНА

Пилец Е. Ю. – студент

Научный руководитель – Дидюля Л. В.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Одной из задач, стоящих перед сельскохозяйственными предприятиями, является снижение себестоимости производства продукции, что непосредственно влияет на повышение эффективности.

Целью исследования выступает анализ структуры затрат на производство 1 т плодов в ОАО «Черлена» Мостовского района.

В 2021 г. себестоимость производства 1 т плодов составила 645 руб., что на 212 руб./т, или на 49 %, больше уровня 2017 г. Основной причиной роста затрат на производства являются инфляционные процессы, происходящие в экономике.

С помощью данных таблицы проанализируем структуру затрат на производство 1 т плодов в исследуемом хозяйстве.

Таблица – Структура затрат на производство 1 т плодов, %

Статьи затрат	Годы					Отклонение 2021 г. от 2017 г., +/- п. п.
	2017	2018	2019	2020	2021	
Оплата труда с начислениями	44,6	52,1	41,8	50,5	56,9	+12,3
Удобрения и средства защиты растений	23,1	13,2	31,2	32,2	21,9	-1,2
Затраты на содержание основных средств	0,7	0,6	0,8	3,5	5,3	+4,6
Работы и услуги	2,3	13,7	-	-	1,9	-0,4
Стоимость ГСМ	8,5	5,4	15,6	10,9	7,4	-1,1
Стоимость энергоресурсов	-	-	4,1	1,2	0,5	-
Прочие затраты	13,9	9,6	1,7	0,5	5,6	-8,3
Затраты по организации производства и управлению	6,9	5,4	4,8	1,2	0,5	-6,4
Всего	100	100	100	100	100	0

Примечание – Источник: собственная разработка

За исследуемый период структура затрат на производство 1 т плодов претерпела определенные изменения. Так, на 12,3 п. п. возрос удельный вес затрат на оплату труда с начислениями, на 4,6 п. п. увеличился удельный вес затрат на содержание основных средств. Уменьшилась доля прямых затрат (на 8,3 п. п.) и затрат по организации производства

и управлению (на 6,4 п. п.) в структуре себестоимости производства.

Наибольший удельный вес в структуре затрат на производство плодов во все годы приходится на оплату труда с начислениями (41,8-56,9 %) и на затраты на удобрения и средства защиты (13,2-32,2 %). Высокий удельный вес статьи затрат «оплата труда с начислениями» связан со спецификой выращивания плодов – высоким уровнем ручного труда. На протяжении всего исследуемого периода существенный вес в структуре затрат занимали удобрения и средства защиты растений. Это свидетельствует о том, что в хозяйстве для выращивания качественного урожая создаются благоприятные условия, растения обеспечиваются необходимыми минеральными веществами, применяются пестициды в борьбе с сорной растительностью, болезнями и вредителями.

Рост удельного веса расходов по содержанию основных средств происходит из-за постоянного роста цен на запасные части для ремонта сельскохозяйственной техники, переоценки основных средств.

Следует отметить достаточно высокий удельный вес затрат на горюче-смазочные материалы (5,4-15,6 %). Затраты на посадочный материал в хозяйстве отсутствуют, что объясняется собственным его производством в хозяйстве.

Нами проведена группировка сельскохозяйственных плодородных предприятий Гродненской области по производственной себестоимости 1 т, результаты которой показали, что ОАО «Черлена» входит в худшую группу хозяйств с наибольшей себестоимостью, причем показатели экономической эффективности в исследуемом хозяйстве ниже, чем в среднем по группе.

Таким образом, плоды являются трудоемкой и материалоемкой продукцией. Себестоимость 1 т плодов зависит от многих факторов: от размера площади сада, урожайности, затрат труда на 1 т, затрат на удобрения и средства защиты растений. Анализ показал, что в хозяйстве имеются резервы снижения себестоимости и роста эффективности плодородства.

Основным направлением снижения себестоимости и роста эффективности производства плодов является увеличение урожайности, более эффективное использование ресурсов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дидюля, Л. В. Анализ себестоимости производства плодов в сельскохозяйственных организациях Гродненской области / Л. В. Дидюля, С. В. Катунина // Современные технологии сельскохозяйственного производства: сборник научных статей по материалам XXIV Международной научно-практической конференции. – Гродно, 21 мая, ГГАУ, 2021. – С. 49-51.

2. Анализ себестоимости продукции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.macro-econom.ru/>. – Дата доступа: 17.01.2023.

УДК 336.02(476)

СНИЖЕНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНОВЫХ В КСУП «ГНЕЗНО» ВОЛКОВЫССКОГО РАЙОНА

Подгурский А. М. – студент

Научный руководитель – **Ганчар А. И.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

В 2021 г. зерновые культуры в КСУП «Гнезно» были размещены на площади 2122 га, что составляет 38,9 % посевных площадей хозяйства. К 2021 г. посевная площадь под зерновые культуры в сравнении с 2017 г. снизилась на 68 га (на 3,1 %), а урожайность – на 2,5 ц/га (на 8,5 %). Вследствие отрицательного влияния данных факторов валовой сбор зерна в КСУП «Гнезно» сократился на 7290 ц (на 11,3 %) [1].

Негативно следует оценить рост за 2017-2021 гг. затрат труда на 1 ц зерна – на 0,057 чел.-ч (18,4 %) и на 1 га посевов – на 0,77 чел.-ч (на 8,4 %) вследствие увеличения затрат труда. Производительность труда в отрасли снизилась на 0,5 ц/чел.-ч (на 15,6 %). Себестоимость производства 1 ц зерна в КСУП «Гнезно» растет в исследуемый период: к 2021 г. этот показатель вырос на 6,7 руб. (35,1 %) по сравнению с базисным 2017 г.

Хозяйство имеет средний уровень товарности зерна – около 44-68 %, т. к. значительная часть произведенного зерна используется на корм скоту, однако рост данного показателя за 2017-2021 гг. составил 13 п. п. Объем товарной продукции зерновых в хозяйстве за пять лет увеличился на 4180 ц (на 14,6 %).

В целом можно сделать вывод, что в КСУП «Гнезно» уровень рентабельности зерна колеблется в пределах от 3,9 до 76,9 %, а его увеличение за пять лет составило 10,5 п. п. Прибыль от реализации зерна за пять лет увеличилась на 263 тыс. руб. (в 2 раза), рост прибыли в расчете на 1 ц реализованного зерна составил 6,9 руб. (на 76,3 %), а в расчете на 1 га посевов зерновых культур – 127,7 руб. (в 2 раза).

В результате группировки хозяйств Гродненского, Берестовицкого, Волковысского районов по урожайности было выявлено, что многочисленную группу с самым низким показателем урожайности зерна – до 43,5 ц/га – составляют 12 хозяйств. Ко 2-й группе с урожайностью зерна в пределах 43,5-59,2 ц/га относятся 7 хозяйств. Лидерами по

показателю урожайности зерна являются 7 хозяйств Гродненского района: урожайность зерна в данных хозяйствах превышает 59,2 ц/га и достигает 74,1 ц/га. КСУП «Гнезно» входит в 1 группу со средней урожайностью 32,4 ц/га.

Статистическая группировка хозяйств подтверждает следующую закономерность: чем выше показатель урожайности зерна в группе, тем выше показатели валового сбора, прибыли на 1 ц реализованного зерна и рентабельности и ниже показатели трудоемкости 1 ц зерна. В целом при сравнении лучшей III группы с худшей можно отметить, что урожайность выше в 3 раза, прибыль на 1 ц реализованной продукции – 163,8 %, рентабельность – на +17,4 п. п., а трудоемкость 1 ц зерна – ниже в 2 раза [2].

Результаты проведенных расчетов позволяют сделать вывод о том, что в КСУП «Гнезно» необходимо добиваться увеличения эффективности производства зерна за счет снижения трудоемкости производства, строгого соблюдения технологии производства, посева качественных семян, постоянное обновление сортового состава.

Рост урожайности зерна может происходить за счет увеличения дозы внесения удобрений, повышения их окупаемости, сокращения потерь продукции при уборке урожая и других агротехнических мероприятий. Общий резерв увеличения продукции в перспективе может составить 13 470 ц, или 23,6 % к фактическому уровню. Кроме того, при условии сохранения размера посевных площадей на уровне 2020 г. возможная урожайность составит 33,2 ц/га ((57 080 ц + 13 470 ц) / 2122 га).

С учетом роста затрат труда на 25 956 чел.-ч в кооперативе вырастут затраты на оплату труда – 169,3 тыс. руб. Таким образом, себестоимость производства вырастет по статье «оплата труда» на 32,3 тыс. руб. Также в связи с ростом валового производства на предприятии увеличатся затраты на ГСМ, которые связаны с необходимостью отвоза дополнительного урожая на предприятие переработки. Определим рост статьи: $ГСМ = 190\,000 / 57\,080 * 70\,550 = 234,8$ тыс. руб. Рост затрат на удобрения: $500\,ц * 75\,руб. / 1000 = 112,5$ тыс. руб. С учетом представленных предыдущих статей роста рассмотрим общий уровень роста затрат на производство и реализацию зерновых – 189,6 тыс. руб. При неизменной площади посева в 2122 га, а также увеличении валового сбора на 23,6 % урожайность зерновых вырастет на 6,3 ц/га – до 33,2 ц/га. Согласно этому, на предприятии уменьшится себестоимость реализации 1 ц зерновых до 27,2 руб., в связи с чем уровень рентабельности зерновых увеличился на 13,3 п. п. – до 91,3 % [1].

ЛИТЕРАТУРА

1. Отчеты предприятия (организации) КСУП «Гнезно» за 2017-2021 гг.

2. Отчеты сельскохозяйственных предприятий (организаций) Гродненского, Берестовицкого, Волковысского районов Гродненской области за 2021 г.

УДК 336.02(476)

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КСУП «ГНЕЗНО» ВОЛКОВЫССКОГО РАЙОНА

Подгурский А. М. – студент

Научный руководитель – **Ганчар А. И.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Предприятие совхоз «Гнезно» был образован 7 марта 1959 г. на базе колхозов имени Дзержинского и имени Карла Маркса, с 1965 года совхоз «Гнезно» входил во Всесоюзное объединение «Сортсемоощ» и занимался производством семян овощей культур и кормовых корнеплодов. 22 июля 2001 г. совхоз «Гнезно» был переименован по согласованию с Гродненским облисполкомом в Республиканское сельскохозяйственное унитарное предприятие «Гнезно» Волковысского района и включен в состав республиканского объединения «Белсемена», является государственным предприятием, находится в собственности Республики Беларусь.

Предприятие имеет линейно-функциональную структуру управления. В структуре управления КСУП «Гнезно» присутствуют связи: линейные (административное подчинение), функциональные (по сфере деятельности без прямого административного подчинения), межфункциональные, или кооперационные (между подразделениями одного и того же уровня).

Наибольший удельный вес в структуре товарной продукции занимает молоко, на ее долю приходится 58,6 % от всей товарной продукции. Это объясняется тем, что хозяйство имеет молочное направление. Главной отраслью в хозяйстве является животноводство. На долю животноводческой продукции в структуре товарной продукции приходится 73,6 %, животноводство специализируется на молочном скотоводстве. Коэффициент специализации 0,319 свидетельствует о средней специализации данного предприятия.

В 2021 г. увеличилось в целом производство продукции растениеводства на 1 чел.-ч на 8 руб., или на 14,5 %. Производство продукции животноводства выросло на 11 руб. и составило 35 руб./чел.-ч. Можно отметить, что рост показателей производительности труда связан с ростом продуктивности, снижением затрат труда. Следствием данных

факторов явилось увеличение производительности в стоимостном выражении. В целом можно отметить, что трудовые ресурсы в хозяйстве используются достаточно эффективно.

На долю оплаты труда приходится порядка 4,2-10,4 % всех затрат. Наибольший удельный вес по оплате труда – при производстве озимых зерновых (10,4 %), наименьший – при производстве рапса (4,2 %). Затраты на семена составляют 8,5-12 %. При производстве зерновых затраты на семена – 10,9-11,5 %. За счет собственного производства семян рапса затраты на данную статью у рапса составляют 8,5 %. Значительная доля идет на удобрения: для зерновых это 21-23 %, рапса – 61,6 %. Ввиду того, что большая часть техники для производства продукции растениеводства новая, затраты на содержание основных средств составляют порядка 10-30 %. Емкой является статья «работы и услуги»: 7,8-8,7 % для зерновых, 6,7 % для рапса.

Наиболее емкой является статья «корма»: для молока – 55,4 % и для КРС на выращивании и откорме – 67,8 %. На долю оплаты труда приходится для производства молока – 14,7 %, для говядины – 13,2 %.

Коэффициент в хозяйстве на начало 2021 г. составил 1,91, а в конце – 1,7, следовательно, хозяйство является платежеспособным. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами характеризует наличие у хозяйства собственных оборотных средств, необходимых для финансовой устойчивости. Коэффициент по нормативу должен быть больше или равно 0,2. В КСУП «Гнезно» он равен на начало 2021 г. 0,48, а в конце – 0,44. Следовательно, хозяйство имеет достаточное количество собственных средств.

В КСУП «Гнезно» в 2021 г. был получен убыток вследствие увеличения цены на корма, сырье, лекарства, топливо почти по всей реализованной продукции, кроме зерна и молока. Но деятельность КСУП «Гнезно» имеет тенденцию улучшения. Так, в отчетном году рост прибыли на 100 га с.-х. угодий составил 92,68 %. Рентабельность по конечному финансовому результату выросла на 1 п. п. и составила 2,6 % [1].

В КСУП «Гнезно» применяются повременно-премиальная и сдельно-премиальная системы оплаты труда, т. е. работники, кроме основного заработка получают премии за перевыполнение нормы выработки, за повышенное качество продукции и т. д. Учитывая напряженность и интенсивность в работе, применяется повышенная оплата труда: при массовой уборке урожая (зерновых, картофеля, овощей, кормов и т. д.) для работников, занятых на этих работах; при оплате труда работников за полученную продукцию (доплата за продукцию) при расчете расценок за продукцию; при высоком качестве продукции, работ и

досрочном их выполнении; в зависимости от сроков службы техники.

ЛИТЕРАТУРА

1. Отчеты предприятия (организации) КСУП «Гнезно» за 2017-2021 гг.

УДК 338.432

ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА В АПК

Попуцевич Ю. В. – студент

Научный руководитель – **Горанец С. И.**

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»

г. Гродно, Республика Беларусь

Агропромышленный комплекс (АПК) играет важную роль в развитии экономики Республики Беларусь, а в условиях санкционных ограничений его значение только возросло. В настоящее время АПК должен развиваться по пути интенсификации, обновления производства, увеличения качества продукции и повышения эффективности производства с целью укрепления продовольственной безопасности государства, которая является важной составляющей экономической безопасности страны в целом.

Изучением закономерностей рациональной деятельности аппарата управления сельскохозяйственной организации, принципов и методов работы с кадрами, способов воздействия на трудовые коллективы с целью достижения желаемого эффекта в процессе аграрного производства занимается аграрный менеджмент или менеджмент в АПК [1].

При формировании системы менеджмента в организации агропромышленного комплекса необходимо в первую очередь учитывать особенности, связанные с сезонным характером сельского хозяйства. К данным особенностям относится различная нагрузка на отрасли производственно-технического агропромышленного сервиса. Наиболее выраженный сезонный характер имеет мелиоративное, агрохимическое и производственно-технологическое обслуживание. Это стоит учитывать при нормировании структуры аграрного сервиса, при регулировании биологических условий развития живых организмов путем использования естественных законов. Например, выведение новых сортов культур с различными вегетационными периодами позволяет сократить или удлинить сроки проведения работ.

В качестве основных мер по улучшению системы производственно-технического обслуживания сельского хозяйства можно выделить:

- 1) планирование и прогнозирование производственно-финансовой

деятельности с учетом инвестиционных приоритетов и указанием источников финансирования;

2) организационно-правовое обеспечение экономических взаимоотношений;

3) создание маркетинговой службы;

4) организация ценового мониторинга;

5) стимулирование труда в структурных подразделениях аграрного сервиса и др.

Сезонность сельскохозяйственного производства приводит к разрыву актов купли и продажи в пространстве и во времени, что вызывает потребность в кредитах. Из-за специфики своей деятельности, ни сельскохозяйственные товаропроизводители, ни организации аграрного сервиса не могут вести свою деятельность без долгосрочных кредитов. Необходимо отметить, что кругооборот капитала в сельскохозяйственном производстве медленнее, чем в других отраслях. Данная особенность делает эту сферу менее привлекательной для вложения капитала, что также свидетельствует о необходимости тщательного планирования производственно-финансовой деятельности организации АПК.

Еще одной значимой особенностью развития менеджмента в АПК является потребность в согласовании деятельности обособленных специализированных отраслей (уборка, хранение, перевозка, переработка, сбыт продукции) путем межхозяйственного кооперирования и интеграции. Данные процессы позволяют объединить самостоятельные хозяйственные подразделения в единое целое формирование, которое ориентировано на достижение высокого конечного результата [2].

Таким образом, менеджмент в АПК создает систему производства и управления в основе которой лежит межхозяйственная кооперация и агропромышленная интеграция, обеспечивающая связь между доходами агропромышленных формирований и результатами реализации продукции. Эффективная работа отраслей агропромышленного комплекса связана с изучением особенностей рациональной деятельности аппарата управления организацией в системе АПК, принципов и методов работы с трудовыми коллективами для достижения нужных показателей в результате производства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Серебренникова, М. С. Развитие менеджмента в сельском хозяйстве / М. С. Серебренникова // Аграрное образование и наука. – 2018. – № 4. – С. 19-26.
2. Гуревич, П. Ю. Особенности развития менеджмента в сфере АПК / П. Ю. Гуревич // Молодежь и наука. – 2018. – № 4. – С. 93-98.

УДК 636.034(476)

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Прудник В. А., Сауль П. А. – студент

Научный руководитель – **Липницкая В. В.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

Молочное скотоводство в Республике Беларусь традиционно считается стратегической отраслью сельского хозяйства. Повышение эффективности отрасли молочного скотоводства является одной из актуальных проблем, успешное решение которой открывает новые возможности для ускорения темпов его развития, повышения конкурентоспособности молока на продовольственном рынке.

Цель исследования – провести анализ и оценку современного состояния молочного скотоводства в Республике Беларусь.

В Беларуси внутренняя потребность в молоке и продуктах его переработки составляет около 4,5 млн. т, которая полностью обеспечивается белорусскими производителями. Объемы молока сверх его внутренней потребности поставляют на экспорт.

В настоящее время в республике производство молока осуществляют 1276 сельскохозяйственные организации и их филиалы.

Анализ показал, что за последние пять лет в среднем по республике поголовье коров сократилось на 41,0 тыс. гол., или 2,7 %, и на конец 2021 г. составляло 1456,7 тыс. гол., что на 1,7 % меньше по сравнению с предыдущим годом. В сельскохозяйственных организациях на конец 2021 г. поголовье сократилось на 1,3 % по сравнению с 2017 г. Однако в фермерских хозяйствах за данный период поголовье коров увеличилось, и за два последние года темп его прироста составил 14,3 % [1]. Также сократилось поголовье коров в хозяйствах населения, где на конец 2021 г. насчитывалось 43,3 тыс. гол. Коров, или 89,3 % к уровню 2020 года [1]. Среди областей республики по поголовью коров в сельскохозяйственных организациях лидирует Минская область, где данный показатель составил в 2021 г. 325,2 тыс. гол., или 23,1 % от общего поголовья.

Средний удой на корову в республике в хозяйствах всех категорий в 2021 г. превысил уровень 2020 г. на 1,8 %, или 94 кг, и составил 5362 кг. Лучшие результаты по продуктивности коров достигнуты в Брестской области, где этот показатель в хозяйствах всех категорий достиг 6488 кг, что на 19,7 % больше, чем в 2017 г., и на 1,8 % больше, чем в 2020 г. [2].

Шеститысячный уровень продуктивности превышен в 2021 г. и в хозяйствах всех категорий Гродненской области (6239 кг), где средний удой на корову вырос за последние пять лет на 18,7 %, а за 2020-2021 гг. вырос на 2,9 %. По результатам 2021 г. наименьшая продуктивность коров наблюдалась в Витебской области, где этот показатель составил 4029 кг, или 100,6 % к уровню 2017 г.

Лидерами по продуктивности дойного стада за 2021 г. стали УП «Молодово-агро» Ивановского района, СПК «Лариновка» Оршанского, СПК имени Деньщикова и ряд других хозяйств (удой за 305 дней лактации на одну корову составил более 12 000 кг молока). Наблюдается устойчивая тенденция к снижению численности сельскохозяйственных организаций, имеющих сравнительно низкую продуктивность дойного стада.

Уровень рентабельности производства молока в Беларуси составил в 2021 г. 21,2 %, что на 7,1 п. п. меньше, чем в 2017 г., и на 10,2 п. п. меньше, чем в 2020 г.

По нашему мнению, важным условием расширенного воспроизводства стада и повышения эффективности отрасли является максимальное использование генетического потенциала продуктивности скота за счет введения новейших методов селекционно-племенной работы, создания прочной кормовой базы, совершенствования системы кормления, а также внедрения прогрессивных форм организации труда. Для решения проблемы требуется комплексное освоение достижений науки, техники и передового опыта хозяйствования на базе информационных технологий и информационных систем молочного скотоводства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Поголовье скота и птицы на начало периода [Электронный ресурс] / Официальный интернет-портал национального статистического комитета Республики Беларусь. – Минск, 2022. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Search?code=1063065>. – Дата доступа: 17.01.2023.
2. Средний удой молока от коровы [Электронный ресурс] / Официальный интернет-портал национального статистического комитета Республики Беларусь. – Минск, 2022. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Search?code=1063065>. – Дата доступа: 17.01.2023.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ АПК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Пушкин Е. И. – студент

Научный руководитель – **Климова Ю. Е.**

УО «Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий»

г. Могилев, Республика Беларусь

Сельскохозяйственный комплекс Республики Беларусь является значительным сектором экономики страны, обеспечивающим значительную часть валового внутреннего продукта (ВВП) страны и возможности трудоустройства. Сектор охватывает целый ряд видов деятельности, включая растениеводство, животноводство, переработку и сбыт сельскохозяйственной продукции.

В этой статье подробнее рассмотрено текущее состояние сельскохозяйственного сектора в Республике Беларусь, проанализировано его экономические показатели за последние годы и определены ключевые тенденции и проблемы, стоящие перед сектором.

За последние несколько десятилетий сельскохозяйственный сектор в Республике Беларусь претерпел значительные преобразования, при этом правительство инвестировало значительные средства в модернизацию сектора и повышение его конкурентоспособности. Это привело к тому, что страна стала крупным производителем и экспортером различных сельскохозяйственных продуктов, включая молочные и мясные продукты, зерно и овощи. Сектор также выиграл от благоприятной политики, включая субсидии и льготный налоговый режим, которые помогли стимулировать рост и инвестиции в сектор.

В последние годы сельскохозяйственный сектор Республики Беларусь демонстрировал хорошие показатели, несмотря на сложные экономические условия, вызванные пандемией COVID-19. В 2020 г. в секторе наблюдался рост на 3,2 % по сравнению с предыдущим годом, в основном за счет увеличения производства растениеводческой продукции. Этот рост продолжался и в 2021-2022 гг., причем в первом полугодии 2021 г. сектор вырос примерно на 4,5 %. Ожидается, что эти показатели сохранятся и в 2023 г., при этом аналитики прогнозируют дальнейший рост сектора на 3,6 % за счет увеличения поставок продукции в Китай, вероятно, отечественная продукция сможет попасть и на другие рынки, если удастся установить надлежащие торговые пути.

Одной из ключевых тенденций, стимулирующих рост сельскохозяйственного сектора в Республике Беларусь, является растущий спрос

на высококачественную сельскохозяйственную продукцию как внутри страны, так и за рубежом. Это привело к увеличению инвестиций в сектор, а также к сосредоточению внимания на улучшении качества продукции и повышении ее конкурентоспособности. Кроме того, сектор извлекает выгоду из ряда благоприятных мер политики, включая субсидии и налоговые льготы, которые способствовали росту и инвестициям в сектор.

Несмотря на эти позитивные изменения, сельскохозяйственный сектор Республики Беларусь по-прежнему сталкивается со значительными проблемами. Одной из ключевых задач является необходимость повышения эффективности и конкурентоспособности сектора, что требует дальнейших инвестиций в современные технологии и инфраструктуру. Кроме того, этот сектор сталкивается со значительной конкуренцией со стороны других стран, которые также вкладывают значительные средства в свои собственные сельскохозяйственные секторы. Наконец, правительству необходимо оказывать больше поддержки сектору в виде субсидий и благоприятной политики, чтобы помочь ему продолжать расти и конкурировать на международной арене.

Регулирование агропродовольственного сектора осуществляется Советом Министров и Президентом страны путем разработки и реализации государственных программ. Республика Беларусь обладает высоким конкурентным преимуществом в переработанных пищевых продуктах на протяжении десятилетий, особенно среди постсоветских стран.

Целесообразно реализовать комплекс мероприятий, включающий следующее: борьба с эрозией почвы; почвоохранные технологии, влагосберегающие технологии; агролесоводство; широкое использование органических удобрений, использование новейших технологий в переработке АПК продукции.

В заключение следует отметить, что сельскохозяйственный сектор в Республике Беларусь является значительным и растущим сектором экономики страны. За последние несколько лет в секторе наблюдался значительный рост, и его показатели были хорошими, несмотря на проблемы, связанные с пандемией COVID-19.

Несмотря на то, что перед сектором по-прежнему стоят серьезные проблемы, такие как необходимость повышения эффективности и конкурентоспособности, перспективы сектора являются позитивными, и аналитики прогнозируют продолжение роста в ближайшие годы. При правильной политике и инвестициях сельскохозяйственный сектор Республики Беларусь имеет потенциал стать еще более значительным вкладом в экономику.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ АГРОЭКОТУРИЗМА ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Пыжевская А. К. – студент

Научный руководитель – **Никитина Н. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Гродненская область удачно сочетает географическое положение, богатое культурно-историческое наследие, значительный природно-ресурсный потенциал. Густая речная сеть, благоприятные природно-климатические условия для отдыха, экологически чистая территория – все это способствует развитию прибыльного агроэкотуризма.

Агроэкотуризм является одним из ведущих видов туризма в нашей стране, планомерное развитие которого сохраняет этнокультурное наследие и особый сельский уклад, что остается приоритетной задачей и поддерживается на государственном уровне.

Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, количество агроусадеб в Гродненской области выросло в 2,5 раза по сравнению с 2010 г. и составило 455 по состоянию на 2021 г. Среди других областей по количеству агроусадеб Гродненская область занимает 4 место и составляет 14 % от общего числа агроусадеб по всей республике.

Однако по численности белорусских и иностранных туристов, обслуженных субъектами агроэкотуризма, Гродненская область уступает только Минской. Гродненские агроусадебны за 2021 г. посетило 97 317 жителей республики. Этот показатель значительно увеличился после начала пандемии. Но в то же время численность иностранных туристов снизилась почти в 4 раза по сравнению с 2019 г.

Таблица – Численность туристов, обслуженных субъектами агроэкотуризма по Гродненской области (2014-2021) [1].

Граждане:	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Республики Беларусь	59 913	54 222	54 294	54 353	65 320	78 454	63 871	97 317
других стран	4420	2981	2512	2752	5085	7074	1853	1823

Суммарная прибыль от агроэкотуризма составила 30,7 млн. руб. по всей республики. Доход за 2021 г. по сравнению с 2020 г. вырос на 20 %.

С каждым годом агроэкотуризм становится все более популярным в Беларуси. Сегодня владельцы агроусадеб и ферм, ремесленники и представители туристических профессий объединяются в кластеры, предлагая гостям широкий спектр услуг, создавая уникальные

туристические предложения и собственные бренды.

В республике продолжает развиваться процесс урбанизации (в городах проживает более 77 % населения страны), сокращается количество желающих жить и работать в сельской местности, но вернуться к истокам и национальным традициям, узнать сельский быт и провести отпуск на природе готовы многие горожане. Поэтому в настоящее время перед агротуризмом стоит множество задач, требующих анализа, осмысления путей развития и разработки мероприятий, обеспечивающих эффективное функционирование и совершенствование данного направления [4].

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Preview?key=225894#>. – Дата доступа: 08.02.2023.
2. Официальный сайт Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/regions/grodnenskaya>. – Дата доступа 08.02.2023.
3. Указ Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. №372 «О некоторых мерах по развитию агротуризма в Республике Беларусь».
4. Клицунова, В. А. Сельский туризм Беларуси: современное состояние и перспективы развития: монография / Под общей ред. В. А. Клицуновой – Минск: Четыре четверти, 2011. – 220 с.

УДК 338.24:658.5

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Ракей Е. А. – студент

Научный руководитель – **Станкевич И. И.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

В Республике Беларусь сельское хозяйство является важной отраслью экономики, обеспечивающей продовольственную безопасность и экспортный потенциал страны. По оценке в 2021 г. вклад сельскохозяйственного производства в объем ВВП страны составил 5,6 %, в отрасли трудилось более 259 тыс. человек. На начало 2022 г. в отрасли насчитывалось более 1,4 тыс. с/х организаций и 3 тыс. К(Ф)Х [1]. Однако опыт развития аграрного сектора экономики в странах с развитой рыночной экономикой показывает, что периодически острою актуальность приобретает организация антикризисного управления.

В Республике на национальном уровне проводится система мер, направленных на повышение конкурентоспособности сельского

хозяйства, приняты и осуществляются Программы развития сельского хозяйства и регулирования рынка сельскохозяйственного сырья и продовольствия на перспективу, осуществляются меры антикризисного регулирования сельского хозяйства.

Потребность в разработке и создании системы мер антикризисного управления в каждой сельскохозяйственной организации и разработка условий для ее эффективного функционирования определяется их низкой финансовой устойчивостью, наличием значительной дебиторской и кредиторской задолженности. К сожалению, на сегодняшний день с/х организации не в состоянии самостоятельно рассчитаться со своими долгами без государственной или инвестиционной поддержки. Антикризисное управление в сельскохозяйственных организациях существенно отличается от стандартных методов управления на других предприятиях отраслей экономики. Особенность состоит в проявлении необходимости приспособлять производство к изменениям не только конъюнктуры рынка сельскохозяйственных товаров, но и к меняющимся природно-климатическим условиям.

Главная задача экономического механизма оздоровления состоит в предупреждении и преодолении кризисной ситуации в организациях сельского хозяйства [2]. К внешним механизмам оздоровления сельскохозяйственной организации относятся: государственное регулирование антикризисного развития; привлечение кредитов и займов; лизинг и факторинг для привлечения основных средств производства; выпуск акций в результате процедур реорганизации.

Внутренние механизмы являются основными и наиболее радикальными направлениями экономического оздоровления и бескризисного функционирования организаций сельского хозяйства. Их можно разделить на три группы [3].

К первой группе относятся управленческие механизмы, которые включают создание эффективной системы управления организацией, внедрение службы маркетинга и качества работ, заинтересованность руководства в успешном функционировании организации, реструктуризацию деятельности организации, осуществление контроля за выполнением управленческих решений.

Вторая группа включает производственные механизмы. Это более полное использование производственной мощности организации; рациональное и полное использование различного вида ресурсов; внедрение передового опыта организации производственных процессов в сельском хозяйстве; разведение продуктивных пород животных и возделывание высокоурожайных сельскохозяйственных культур; ресурсосбережение, включающее внедрение ресурсосберегающих технологий, сокращение

непроизводительных расходов и потерь, внедрение режима экономии.

Третья группа состоит из рыночных механизмов: повышение качества и конкурентоспособности продукции, налаживание и развитие рынков сбыта продукции, поиск новых покупателей, освоение ниш.

Таким образом, постоянные и непредсказуемые изменения во внутренних и внешних условиях функционирования региональной отрасли сельского хозяйства обуславливают объективную необходимость ее включения в процесс антикризисного управления. Наиболее эффективно предупреждать кризисные явления в сельском хозяйстве позволяет механизм государственного регулирования на основе государственной поддержки и целевых программ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сельское и лесное хозяйство в Беларуси / Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics/osnovnyye-otrasli/selskoe-i-lesnoe-hozjajstvo>. – Дата доступа: 22.01.2023.
2. Антикризисное управление: учебник для студентов магистратуры ВПО, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика» и «Менеджмент» / И. К. Ларионов [и др.]; под ред. И. К. Ларионова. – М.: Дашков и К, 2015. – 380 с.
3. Корягин, Н. Д. Антикризисное управление. – М.: Юрайт, 2020. – 368 с.

УДК 339.5

РЫНОК МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В США

Рачицкая Е. В. – студент

Научный руководитель – **Задорожная Н. А.**

УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины»

г. Витебск, Республика Беларусь

В настоящее время США является мировым лидером как в производстве, так и в экспорте сельскохозяйственной продукции. Лидирующая позиция связана с тем, что страна, которая является одной из крупнейших экономик мира, обеспечивает себя основными продовольственными товарами более чем на 100 %.

Животноводство в США отличается высококачественными системами кормления, глубокой племенной и селекционной работой с ориентацией на лучшие мировые породы. Во второй половине 20 века в стране началось активное внедрение и использование гибридов с повышенной продуктивностью и улучшенным генетическим фондом.

В данный момент животноводческая отрасль США насчитывает более 40 000 молочных ферм, на которых содержится около 9,3 млн.

голов коров и производится почти 100 млн. т молока. Однако в последние годы количество молочных ферм и коров сокращается при одновременном росте в среднем на 1,5 % объемов производства молока (таблица). Это происходит за счет повышения молочной продуктивности животных (в среднем 10 т на голову в год, на многих фермах – более 12 т на голову в год).

Таблица – Производство и потребление коровьего молока в США (тыс. т)

Год	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Производство	97,7	98,6	99,1	101,2	102,6	102,5
Потребление	21,8	21,4	21,1	21,0	21,0	20,9

Молочная отрасль в стране построена на кооперативах и имеет вертикальную координацию. На рынке одиночным производителям крайне сложно конкурировать с крупными кооперативами. Поэтому фермеры либо разоряются, либо происходит их поглощение более крупными производителями. На данный момент в стране работает 132 кооператива, которые производят примерно 84 % всего молока. Цены на молоко дифференцированы: за повышенную жирность, высокое содержание белка и еще за целый ряд иных показателей качества выплачиваются премии. Поэтому американские производители практически повсеместно добавляют в свою продукцию разнообразные добавки в виде различных групп витаминов и комплекс микро- и макроэлементов.

В 2022 г. американцы все больше отказываются от цельного молока, постепенно переходя на альтернативную молочную продукцию, например, на растительное молоко (соевое, рисовое, кокосовое). Это связано с тем, что в мире все чаще стала встречаться непереносимость лактозы и аллергия на молоко. В последние годы набирает популярность направление «веганство», и потребление молока животного происхождения для данного направления неприемлемо. Также в связи с загрязнением окружающей среды многие американцы отказались от молока, объясняя тем, что упаковка молока не биоразлагаема, а то и вообще не подлежит вторичной переработке, а неконтролируемый рост поголовья выделяет слишком много вредных газов в окружающую среду и разрушает озоновый слой. Если в 2017 г. потребление молока составляло 21,8 тыс. т, то в 2022 г. этот показатель снизился на 919 т и составил 20,9 тыс. Из-за снижающегося спроса на коровье молоко крупнейшие молочные компании вводят в свой ассортимент продукцию из альтернативного молока. Например, «Данон» начала выпускать мороженное на растительном молоке. И количество таких компаний стремительно растет.

Снижение спроса на внутреннем рынке вынуждает

производителей молочной продукцией все более активно развивать экспортное направление реализации продукции.

Таким образом, с одной стороны, США остается на лидирующих позициях по объемам производства молока. С другой стороны, количество молочного скота с каждым годом становится все меньше, потребители все больше отказываются от потребления классического молока, предпочитая альтернативное.

ЛИТЕРАТУРА

1. Dairy: World Markets and Trade. – Mode of access: <https://fas.usda.gov/data/dairy-world-markets-and-trade>. – Date of access: 10.11.2022.
2. Markets and Trade. – Mode of access: https://www.fao.org/markets-and-trade/publications/en/?news_files=113040. – Date of access: 10.11.2022.

УДК 631.853.494(476)

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА РАПСА В СПК «ПРОГРЕСС-ВЕРТЕЛИШКИ» ГРОДНЕНСКОГО РАЙОНА

Рогачевский А. А. – студент

Научный руководитель – **Дидюля Л. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Производство рапса для отечественных сельскохозяйственных предприятий является рентабельной отраслью. Высока значимость рапса для экономики с точки зрения импортозамещения, укрепления продовольственной безопасности, а также кормовой базы.

В СПК «Прогресс-Вертелишки» Гродненского района – одном из ведущих хозяйств страны – экономическая эффективность возделывания рапса находится на достаточно высоком уровне, о чем свидетельствуют данные таблицы.

Таблица – Динамика основных показателей эффективности производства рапса в СПК «Прогресс-Вертелишки»

Показатели	Годы					2021 г. к 2017 г., %
	2017	2018	2019	2020	2021	
1	2	3	4	5	6	7
Валовой сбор, т	2745	2532	1837	3051	3147	114,6
Площадь посева, га	680	680	508	600	630	92,6
Урожайность, ц/га	40,4	37,2	36,2	50,9	50,0	123,8
Произведено на 1 чел.-ч, ц	3,05	2,30	2,30	3,05	3,15	103,3
Затраты труда на 1 ц, чел.-ч	0,33	0,43	0,44	0,33	0,32	97,0
Затраты труда на 1 га, чел.-ч	13,2	16,2	15,7	16,7	15,9	120,5

Продолжение таблицы

1	2	3	4	5	6	7
Себестоимость производства 1 ц, руб.	32,6	39,3	57,0	42,1	38,3	117,5
Товарная продукция, т	318	104	149	556	719	в 2,3 раза
Уровень товарности, %	11,6	4,1	8,1	18,2	22,8	+11,2 п. п.
Выручка от реализации, тыс. руб.	224	74	96	384	693	в 3,1 раза
Прибыль на 1 га, руб.	86,8	41,2	9,8	211,7	600	в 6,9 раз
Прибыль на 1 ц, руб.	18,5	27,0	3,3	22,9	52,6	в 2,8 раза
Полная себестоимость 1 ц, руб.	51,9	44,2	61,1	46,2	43,8	84,4
Затраты по реализации 1 ц, руб.	19,3	4,9	4,1	4,1	5,5	28,5
Цена реализации 1 ц, руб.	70,4	71,2	64,4	69,1	96,4	136,9
Уровень рентабельности, %	35,6	61,1	5,4	49,6	120,1	+84,5 п. п.

Примечание – Источник: собственная разработка

За анализируемый период несмотря на сокращение посевной площади рапса на 50 га (на 7,4 %) наблюдается рост валового сбора рапса на 14,6 %, что обусловлено увеличением урожайности культуры на 9,6 ц/га (на 23,8 %), что свидетельствует об интенсивном развитии отрасли. В хозяйстве выращивают озимый и яровой рапс. Предпочтение отдают сортам и гибридам озимого рапса с высоким содержанием масла в семенах.

Снижение трудоемкости производства на 3 % и рост производительности труда на 3,3 % свидетельствуют о более эффективном использовании трудовых ресурсов в отрасли. Прямые затраты труда в расчете на 1 га выросли на 20,5 %. Себестоимость производства 1 ц выросла на 17,5 %.

Уровень товарности рапса достаточно низкий (колеблется в пределах 4,1-22,8 %), т. к. на предприятии функционирует цех по переработке рапса. Рапсовый жмых является составной частью комбикорма, также производимого в хозяйстве. Используя собственные мощности, хозяйство существенно экономит на оплате работ и услуг сторонних организаций [1]. Объем реализации рапса увеличился с 318 т в 2017 г. до 719 т в 2021 г., т. е. в 2,3 раза, а выручка от реализации стала больше в 3,1 раза.

На протяжении исследуемого периода рапс обеспечивал хозяйству получение прибыли и высокий уровень рентабельности. Более выгодные каналы реализации маслосемян позволили хозяйству существенно сократить затраты по реализации 1 ц (на 71,5 %), что позволило получить большую прибыль. Прибыль в расчете на 1 га выросла в 6,9 раза, в расчете на 1 ц – в 2,8 раза, уровень рентабельности – на 84,5 п. п.

Как показали исследования при помощи статистической группировки, в 2021 г. среди хозяйств Гродненского, Берестовицкого и Волковысского районов СПК «Прогресс-Вертелишки» занимает самые высокие позиции в лучшей группе хозяйств по урожайности, в хозяйстве наименьшая себестоимость производства 1 ц маслосемян. На

анализируемом предприятии показатели экономической эффективности выше, чем в среднем по группам, однако проведенные исследования свидетельствуют о наличии внутривозрастных резервов роста производства.

На экономическую эффективность производства оказывают влияние многочисленные факторы (подготовка почвы, семян, соблюдение сроков посева, правильный выбор предшественников, посев районированными зимостойкими сортами, внесение оптимальных доз и оптимальные сроки удобрений, микроэлементов, средств защиты растений от вредителей и болезней, своевременная уборка, обеспечение сохранности семян и др.) [2].

ЛИТЕРАТУРА

1. Сезон маслосемян. Как перерабатывают рапс в СПК «Прогресс-Вертелишки» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://grodnonews.by/>. – Дата доступа: 14.01.2023.
2. Гордейчук, Д. Г. Экономическая эффективность производства рапса в СПК «Прогресс-Вертелишки» Гродненского района / Д. Г. Гордейчук, Л. В. Дидюля // Сборник научных статей по материалам XXI Международной студенческой научной конференции (Экономика), Гродно, 21 мая 2020 года, ГГАУ, 2020. – С. 69-70.

УДК 637.5(476)

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА МЯСА И МЯСНЫХ ПРОДУКТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Рожнова Т. Д. – студент

Научный руководитель – **Бутенко О. Л.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

В настоящее время мясоперерабатывающее производство Республики Беларусь обеспечивает не только внутренний рынок мясом и мясопродуктами, но и имеет значимый экспортный потенциал. Важным уровнем роста экономики является поиск и освоение новых рынков сбыта мяса и мясопродуктов.

В период с 2017 г. по 2021 г. в Республике Беларусь наблюдается тенденция увеличения экспорта мясных продуктов [1].

Таблица – Баланс ресурсов и использования мяса и мясных продуктов (тысяч тонн)

	2017	2018	2019	2020	2021
1	2	3	4	5	6
ИТОГО РЕСУРСОВ	1294,5	1326,6	1343,4	1400,0	1395,9
Импорт	51,3	59,2	66,2	64,7	91,5
В т. ч. по странам ЕАЭС	13,8	14,6	31,4	34,5	48,4

Продолжение таблицы

1	2	3	4	5	6
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ					
Личное потребление	879,4	891,6	913,8	928,5	916,3
Производственное потребление	12,1	10,4	14,6	19,5	16,7
Экспорт	356,6	382,0	359,8	399,7	416,8
В т. ч. по странам ЕАЭС	341,1	362,8	320,8	331,5	315,8
Потери	1,3	1,1	1,1	1,0	1,0
Запасы на конец года	45,1	41,5	54,1	51,3	45,1

Примечание – Разработка автора на основании данных национального статистического комитета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 06.01.2023.

Из данных таблицы видно, что за анализирующий период рост экспорта составил 17 %. В 2021 г. экспорт мяса и мясопродуктов превысил импорт в 4,6 раза. Рост экспорта мяса и мясопродуктов произошел за счет увеличения реализации говядины на 13 % и мяса птицы на 20 % соответственно. В то же время наблюдается сокращение экспорта свинины на 37 %.

Следует отметить, что для производителей мясной продукции экспортные поставки формируют основной объем прибыли. Нарращивание экспортного потенциала произошло в период реализации Государственной программы «Аграрный бизнес». Согласно этой программе, планируется увеличение к 2025 г. объемов производства продукции животноводства в хозяйствах всех категорий на 13,8 % к уровню 2020 г. Также планируется увеличение объемов производства говядины на 14 %, производства свинины на 14 % и колбасных изделий из мяса на 9,8 %.

В рамках указанной программы на 2021-2025 гг. ключевыми являются следующие комплексные мероприятия по развитию отрасли:

- модернизация и техническое переоснащение перерабатывающих организаций молочной и мясной промышленности, консолидация и укрупнение производства, диверсификация рынков сбыта;

- максимальная реализация потенциала продуктивности сельскохозяйственных животных и птицы за счет соблюдения технологических регламентов при производстве продукции животноводства;

- развитие производства органической продукции и снижение негативного воздействия химических препаратов, гормонов роста, антибиотиков на окружающую среду и здоровье людей;

- повышение уровня защиты страны в плане биологической безопасности сельскохозяйственных животных, обеспечение безопасности продуктов питания [2].

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Балансы продовольственных ресурсов Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 06.01.2023.
2. Государственная программа «Аграрный бизнес» на 2021-2025 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by>. – Дата доступа: 05.01.2023.

УДК 636.086.15

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА КУКУРУЗЫ НА ЗЕРНО В КСУП «НЕВЕРОВИЧИ»

Романенко К. И. – студент

Научный руководитель – **Ушкевич А. М.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Кукуруза – высокорослое однолетнее травянистое растение, семейства злаки. Она занимает особое место в мировом земледелии и занимает важное место в продовольствии. Кукуруза отличается разносторонним использованием и высокой урожайностью.

В Республике Беларусь с каждым годом возрастает значение кукурузы и увеличиваются посевные площади под данную культуру. В условиях нашей страны производство кукурузы на сопряжено с некоторыми проблемами. К ним можно отнести необходимость наличия скороспелых сортов и гибридов. В этой связи важно вести дальнейшие работы по организации и селекции семеноводства данной культуры.

Важнейшим условием для получения высоких урожаев кукурузы, а следствием этого выступает получение экономической выгоды, т. е. прибыли, является соблюдение всех элементов технологического процесса.

Оценим динамику основных показателей экономической эффективности производства кукурузы на зерно в КСУП «Неверовичи» за 2019-2021 гг.

Таблица – Динамика основных показателей эффективности производства кукурузы на зерно

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2021 г. к 2019 г., %
1	2	3	4	5
Посевная площадь, га	30	22	130	433,33
Валовый сбор, ц	1490	1590	9180	616,11
Урожайность, ц/га	49,7	72,3	70,6	142,1
Затраты труда на 1 ц, чел.-ч/ц	0,67	0,62	0,44	65,67

Продолжение таблицы

1	2	3	4	5
Затраты труда на 1 га, чел.-ч/га	33,33	45,45	30,77	92,32
Выручка от реализации продукции всего, тыс. руб.	7	8	17	242,86
Цена реализации 1 ц, руб. / ц.	35	40	47,22	134,91
Полная себестоимость 1 ц, руб./ ц	32	35	44,44	138,88
Прибыль на 1 га, руб.	20	45,45	7,69	38,45
Прибыль на 1 ц, руб.	3	5	2,78	92,67
Уровень рентабельности, %	9,36	14,29	6,25	-3,11 п. п.

Согласно данным таблицы, в 2021 г. посевная площадь кукурузы на зерно увеличилось до 130 га, что на 100 га больше по сравнению с 2019 г. Произошло увеличение урожайности с 49,7 ц/га до 72,3 ц/га в 2020 г. Темп увеличения урожайности составил 42,1 %. Основные причины ее увеличения – это благоприятные природно-климатические условия и соблюдение элементов технологии возделывания данной культуры. С учетом увеличения площади и урожайности в 2021 г. предприятием было произведено наибольшее количество кукурузы на зерно – 9180 ц, что на 7690 ц больше по сравнению с 2019 г.

Можно заметить снижение в 2021 г. таких показателей, как затраты труда на 1 ц, затраты труда на 1 га на 34,33 % и 7,68 % соответственно.

Из-за подорожания средств защиты растений и удобрений, произошел рост себестоимости 1 ц кукурузы на зерно на 12,44 руб. по сравнению с 2019 г.

По результатам данных таблицы видно, что за анализируемый период прибыль сократилась. Это связано увеличением себестоимости. Прибыль на 1 га в 2021 г. составила 7,69 руб., что на 61,55 % меньше по сравнению с 2019 г.

Что касается показателя рентабельности, то он в 2021 г. сократился на 3,11 п. п. по сравнению с 2019 г.

На основании проведенных расчетов можно сделать вывод, что в КСУП «Неверовичи» за последние 3 года сложилась тенденция увеличения объемов производства кукурузы на зерно при увеличении урожайности культуры и увеличения размера посевной площади. В хозяйстве имеются возможности повышения эффективности производства кукурузы на зерно в основном за счет выявления и изучения организационно-экономических и технологических факторов повышения эффективности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сельское хозяйство Республики Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. ком. Республики Беларусь; ред. кол.: И. В. Медведева [и др.]. – Минск, 2022. – 179 с.
2. Растениеводство: учеб. пособие / В. В. Карпук, С. Г. Сидорова. – Минск: БГУ, 2011. – 351 с.

НАРОДНОХОЗЯЙСТВЕННОЕ ЗНАЧЕНИЕ КУКУРУЗЫ НА ЗЕРНО

Романенко К. И. – студент

Научный руководитель – **Ушкевич А. М.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Кукуруза – одна из основных культур современного мирового земледелия. Это культура разностороннего использования и высокой урожайности. На продовольствие в странах мира используется около 20 % зерна кукурузы, на технические цели – 15-20 % и примерно две трети – на корм. Высокая потенциальная продуктивность кукурузы, способность ее активно извлекать питательные вещества из почвы и резко увеличивать урожайность при внесении удобрений, особенно на водопроницаемых и аэрированных почвах, привлекли к ней внимание многих генетиков и селекционеров. В результате были созданы ее высокоурожайные гибридные и раннеспелые виды и сорта. Кукуруза – высококультуренное растение, неспособное к произрастанию без помощи человека. Семена кукурузы могут попасть в почву только с помощью человека, т. к. зерно практически не осыпается, початки обламываются редко, стебель достаточно прочный [1].

Кукуруза во многих регионах мира – основная кормовая культура, из которой заготавливается корм с высокой концентрацией энергии. По содержанию энергии зерно кукурузы превосходит прочие злаковые культуры. В 100 г зерна кукурузы содержится 1,382 МДж обменной энергии, тогда как в зерне пшеницы – 1,236 МДж, ячменя – 1,119, овса – 1,080 МДж. Калорийность зерна кукурузы выше, чем зерна других зерновых. В 100 г кукурузного зерна содержится 330 ккал, пшеничного – 295, ячменного – 267, овсяного – 257 ккал. Один килограмм его приравнивается к 1,34 к. ед., тогда как 1 кг ячменя содержит 1,26, ржи – 1,18, овса – 1,0 к. ед. Кукурузное зерно – превосходный источник энергии, но оно бедно протеином (9-11 %). Богато оно и витаминами группы В [2].

Кукуруза – важное сырье для производства крахмала, декстринов и спирта. Производство крахмала из кукурузы – одно из главных направлений ее использования. Крахмал из кукурузы имеет ряд положительных физических свойств: высокое водопоглощение, набухаемость и способность к пленкообразованию. При производстве крахмала получают ряд побочных продуктов таких как глютеиновая мука, отруби, которые используют на корм животным. В свежем и силосованном состоянии,

она в значительной части районов мира превосходный корм для животных. Кроме того, культура широко используется и на другие цели: пищевые, технические, лекарственные. Регион возделывания определяет цели ее использования, способ выращивания, выбор гибрида, технологию возделывания. Расширение посевов кукурузы во многих странах стало возможным за счет прогресса селекции в создании гибридов, приспособленных к недостатку тепла. Новые гибриды позволили значительно расширить посевы кукурузы и создали предпосылки сельскохозяйственным предприятиям для эффективного развития скотоводства [1].

В настоящее время многие страны, включая Индию, Японию, Израиль, Германию и Нидерланды, ведут исследования, цель которых – приспособление кукурузы к специфическим почвенно-климатическим условиям. В США выведен высокоурожайный гибрид кукурузы с зерном, содержащим повышенный процент белка: теоретически он должен помочь решить проблему несбалансированного питания во многих странах, где кукуруза остается главным продуктом питания для основной массы населения. Питательная ценность нового гибрида объясняется высоким содержанием в его зерне незаменимых для человека аминокислот – в нем их примерно на 50 % больше, чем в традиционных сортах.

В мировом производстве зерна, кукуруза является ведущей культурой по урожайности, площади посевов и валовому сбору. В настоящее время на долю кукурузы приходится более 30 % производимого в мире зерна при площади посева 140 млн. га, или 20 % от площади зерновых культур [1].

Мировой рынок кукурузы на текущий момент находится в фокусе внимания всех участников рынка, даже несмотря на ожидаемое рекордное производство зерновой. Важнейшими странами-экспортерами зерна кукурузы являются США, Аргентина, Китай, Франция.

ЛИТЕРАТУРА

1. Народнохозяйственное значение кукурузы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosng.ru/post/content-narodnohozyaystvennoe-znacheniekukuruzy>. – Дата доступа: 25.01.2023.
2. Современные технологии производства растениеводческой продукции в Беларуси: сб. науч. материалов / Под общ. ред. д-ра наук М. А. Кадырова. – Мн.: ИВЦ Минфина, 2015. – 304 с.

SWOT-АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Самец А. – студент

Научный руководитель – **Сапун О. Л.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

Для эффективного управления бизнесом, продвижения своего продукта или выхода на новые рынки необходима комплексная оценка положений дел компании, а также применение различных маркетинговых и других инструментов, которые помогут в достижении поставленных целей. Одним из эффективных методов, который применяют многие руководители и топ-менеджеры, является SWOT-анализ. SWOT-анализ производится с целью изучения среды бизнеса, правовых условий, сильных и слабых сторон предприятия и предприятий-конкурентов, а также комплексного взаимовлияния рассматриваемых факторов.

Матрица SWOT-анализа состоит из 4 сегментов: визуально напоминает квадрат, разделенный на части. В каждый сегмент вносят факторы влияния [1]:

S-strengths – сильные стороны организации, ее преимущества;

W-weaknesses – слабые стороны, над которыми предстоит работать;

O-opportunities – возможности, в т. ч. неиспользуемые;

T-threats – угрозы.

Открытое акционерное общество «Осиповичский завод автомобильных агрегатов» (далее – ОАО «ОЗАА») является производителем деталей применяемых для комплектации автомобилей семейства МАЗ, сельскохозяйственной техники. Анализируя сильные стороны организации, открывающие стратегические возможности, стратегия организации, в первую очередь, должна включать эти факторы. Широкий ассортимент продукции предприятия высокого качества, использование современных технологий, наличие клиентской базы и многолетний опыт работы позволит повысить репутацию и финансовый результат деятельности. При этом ценовая политика находится в приемлемом диапазоне. Следовательно, именно эти сильные факторы следует брать за основу определения целей и мероприятий стратегического планирования.

Минимизация слабых сторон и угроз – это основные проблемы предприятия, которые необходимо отслеживать, направляя все силы на сокращение (ликвидацию) возможных угроз. Снижение затрат и модернизация действующего производства – это мероприятия, необходимые

предприятию в ближайшем будущем.

Составим матрицу SWOT-анализа, в которой отражены слабые и сильные стороны предприятия, а также существующие возможности и угрозы в деятельности приведена в таблице [2].

Таблица – SWOT-анализ ОАО «ОЗАА»

Сильные стороны	Возможности
1. Высокое качество продукции 2. Использование новых технологий 3. Удобное географическое размещение 4. Наличие клиентской базы данных 5. Широкий ассортимент продукции 6. Многолетний опыт работы	1. Возможность выхода на новые рынки 2. Уход конкурентов с рынка 3. Привлечение инвестиций
Слабые стороны	Угрозы
1. Охватываемый сегмент рынка большой 2. Высокая себестоимость продукции 3. Задержки платежей со стороны покупателей 4. Наличие сильных конкурентов 5. Износ оборудования	1. Уровень инфляции 2. Задержки платежей со стороны покупателей 3. Изменение потребительских предпочтений 4. Падение покупательской способности

Данные SWOT-анализа говорят о том, что, несмотря на существенные слабые стороны и угрозы извне, ОАО «ОЗАА» имеет достаточно сил и возможностей для улучшения своей производственно-хозяйственной деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. SWOT-анализ: что это и зачем нужен [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.oy-li.ru/swot-analiz-cto-eto-i-zachem-nuzhen/>. – Дата доступа: 17.12.2022.
2. Сапун, О. Л. Преимущества и недостатки цифровизации образования / О. Л. Сапун, Н. А. Сырокваш // Сборник научных статей молодых ученых «Актуальные проблемы науки XXI века», 2021. – Минск: МИУ. – Вып.10. – С. 11-15.

УДК 331.1

АТТЕСТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ И МЕРОПРИЯТИЯ ПО ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ

Свищунова Ю. В. – студент

Научный руководитель – **Бычек И. И.**

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
г. Гродно, Республика Беларусь

Управление персоналом немислимо без технологий и инструментов, с помощью которых осуществляются тонкие процедуры отбора, конкурсов, управление профессиональной и должностной карьерой

работника, создания мотивационной среды.

Аттестация персонала представляет собой процесс, который позволяет эффективно оценивать результаты работы персонала, формировать кадровый резерв, оптимально распределять фонд оплаты труда и материального вознаграждения. Аттестация дает наиболее существенные результаты в условиях комплексного подхода к данной работе, поскольку позволяет определить внутри организации стандарты деятельности и критерии оценки (на подготовительном этапе) – без этого аттестация не имеет смысла; провести диагностику персонала; выявить «болевые точки»; определить ценность сотрудников не только для подразделения/группы, но и для организации; обоснованно принимать управленческие решения, особенно связанные со стратегическими задачами организации и процессом внедрения изменений [1].

Проведение исследований на примере частного торгового унитарного предприятия «Электромаркетинг» показало, что аттестация работников проводится один раз в год. Аттестационная комиссия формируется из числа наиболее компетентных специалистов и руководителей, проработавших в компании достаточно продолжительное время. Приказ о проведении аттестации доводится до сведения всех работников, подлежащих аттестации, как и необходимые бланки для оценки: «Модель компетенций руководителей, специалистов, служащих», «Бланки оценки руководителей, специалистов, служащих по компетенциям», «Форму согласования целей и план обучения и развития руководителя, специалиста, служащего», «Приложение к форме согласования целей и плана обучения и развития, руководителя, специалиста, служащего».

Работник проводит самооценку уровня развития компетенций, заполняя бланк «Оценки по компетенциям» в соответствии с моделью компетенций руководителей, специалистов, служащих. Также работник проводит самооценку достижений, заполняя «Форму согласования целей и плана обучения и развития руководителя, специалиста, служащего» в графе «Фактический % выполнения на конец года». Кроме того, в «Приложении к форме согласования целей и плану обучения и развития руководителя, специалиста, служащего» отражаются прочие личные достижения в случае, если работник ранее не проходил аттестацию/подготовительное собеседование; помимо запланированных мероприятий, отраженных в «Форме согласования целей и плана обучения и развития», в аттестационный период работник участвовал в других проектах. Заполненные формы передаются непосредственному руководителю.

Оценка проводимой процедуры аттестации позволила выявить некоторые недостатки данного метода, заключающиеся в сложности активной системы оценки работы персонала. Можно предположить, что

данная проблема возникает из-за того, что результаты оценки могут иметь негативные последствия для подчиненных (увольнение, понижение в должности, лишение премии, ухудшение отношений в коллективе и др.).

Для устранения перечисленных недостатков руководству следует рассматривать аттестацию как крайне необходимую и важную процедуру. Кроме того, необходимо заблаговременно готовить сотрудников предприятия, что результаты могут быть не только однозначно положительными и, несомненно, окажут влияние на продвижение по служебной лестнице.

В перспективе одной из форм проведения аттестации в ЧТУП «Электромаркетинг» может стать практико-ориентированный кейс-метод, в рамках которого аттестуемому будет предложено проанализировать заданную ситуацию, составить о ней письменное заключение, принять участие в коллективной разработке управленческого решения, деловой или оценочной игре. Такой подход дает возможность продемонстрировать свои способности в разных направлениях деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бахарев, А. Оценка, аттестация и ассесмент / А. Бахарев. // Справочник по управлению персоналом. – 2007 – № 5. – С. 76-79.
2. Грушенко, В. И. Менеджмент. Восприятие сущности менеджмента в условиях стратегических изменений: учебное пособие / В. И. Грушенко. – Москва: ИНФРА-М, 2019. – 288 с.

УДК 658.3

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ И КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Свистунова Ю. В. – студент

Научный руководитель – **Бычек И. И.**

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
г. Гродно, Республика Беларусь

Современная система управления кадрами организации претерпевает радикальные преобразования вместе со всем белорусским обществом. Учитывая тот факт, что управление кадрами организации есть составной элемент менеджмента, связанный с людьми и их отношениями внутри организации, можно утверждать, что управление трудовыми ресурсами, сегодня, должно быть направлено на достижение эффективности работы организации, самих работников, развитию у них

потребностей высокого уровня и способностей к творческой деятельности, коммуникативности и внутренней заинтересованности в развитии и совершенствовании деятельности своей организации [4].

С целью анализа системы управления персоналом и кадровой политики, более детально были изучены трудовые отношения на ЧТУП «Электромаркетинг».

Как показали исследования, трудовые отношения на анализируемом предприятии строятся полностью в соответствии с Трудовым кодексом Республики Беларусь. Кроме полного пакета документов по личному составу, каждый работник при трудоустройстве ознакомливается с должностной инструкцией с обязательным подтверждением его согласия следовать данным предписаниям.

Коллектив ЧТУП «Электромаркетинг» является сознательно организованным постоянным коллективом, ориентированным на достижение официальной цели. Внутрифирменное разделение труда сочетает в себе количественное (основанное на взаимозаменяемости работников) и учитывающее специфику отдельных видов труда в пределах одного и того же качества.

Основной акцент на предприятии сделан на систему материального стимулирования, и оплата труда используется как важнейшее средство мотивации.

Среди методов морально-психологического стимулирования следует отметить оптимизацию рабочего места в соответствии с нормами розничной торговли (модернизация основных средств, совершенствование условий труда, улучшение дизайна и прочие эстетические аспекты).

Анализ кадрового потенциала позволяет заключить, что в 2021 г. на предприятии произошло существенное сокращение штатной численности, что объясняется не только оптимизацией организации розничной торговли, но и собственным желанием работника. Основными причинами увольнения по собственному желанию являются перемены места жительства, переход на новое место работы, неудобный график и др.

С целью снижения коэффициента текучести кадров рекомендуется регулярное использование социологического инструментария (анкеты, опросного листа) с максимально детализированной шкалой ответов, что позволит не только увидеть динамику произошедших изменений, но и выявить перспективные намерения сотрудников [3].

Таким образом, целенаправленно воздействуя на управляемые или частично управляемые факторы и нейтрализуя действие неуправляемых факторов (например, денежными компенсациями), можно существенно снизить текучесть кадров и обеспечить рост мотивации сотрудников и повышение их заинтересованности в конечном результате деятельности.

Кадровое обеспечение организации должно быть связано с разработкой и реализацией политики, включающей не только планирование, отбор и найм сотрудников, но и адаптацию, обучение и подготовку работников, обоснованное продвижение по службе, различные методы стимулирования труда, а также мероприятия по преодолению конфликтных ситуаций в коллективе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Деминг, Э. Менеджмент нового времени: простые механизмы, ведущие к росту, инновациям и доминированию на рынке / Э. Деминг; пер. с англ. – Москва: Альпина Паблишер, 2019. – 182 с.
2. Карпов, А. В. Психология менеджмента / А. В. Карпов // Учебник для академического бакалавриата. – М.: Юрайт, 2019. – 482 с.
3. Менеджмент: традиционные и современные модели : справочное пособие / В. В. Филатов [и др.] ; под ред. В. В. Князева, Д. С. Петросяна. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 474 с.
4. Титов, В. Н. Теория и история менеджмента: учебник и практикум для вузов / В. Н. Титов, Г. Н. Суханова. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 487 с.

УДК 636.2.034 (476.6)

МОЛОЧНАЯ ПРОДУКТИВНОСТЬ КОРОВ В КСУП «СУББОТНИКИ»

Севко А. А. – студент

Научный руководитель – Чергейко О. А.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Уровень молочной продуктивности коровы является одним из главнейших показателей на молочнотоварной ферме любого предприятия. Он зависит от многих факторов и может меняться то в меньшую, то в большую сторону. Такими факторами являются наследственность, порода, кормление, условия содержания, возраст, периоды лактации, сухостойный период, живая масса и различные внешние факторы, например, порода года.

Рассмотрим показания среднегодового удоя КСУП «Субботники» в период с 2017 по 2021 гг. В 2017 г. данный показатель составил 3525 кг, в 2018 – 3712 кг, в 2019 – 3611 кг, в 2020 – 3784 кг, в 2021 – 3283 кг.

Рассматривая взятый период можно заметить, что данный показатель крайне нестабильный, например в 2018 г. можно заметить увеличение среднегодового удоя на 187 кг, а уже в 2019 г. он снизился на 101 кг, в 2020 г. он снова увеличился на 173 кг, в 2021 г. данный показатель падает на 501 кг.

Это говорит о том, что очень трудно поддерживать рост молочной продуктивности, т. к. есть факторы, которые не зависят от работников или же непредвиденные ситуации, такие как различные заболевания и т. д.

Хочется отметить, что способов повышения продуктивности коров достаточно много, но учитывая финансовое положение предприятия можно заметить, что оно не сможет осилить испытание каждого способа, но можно попробовать более простые.

Примером может послужить такой способ, как изменение условия содержания. Комфортными условиями для коровы являются:

- Сухое место для отдыха, а главное мягкое. Учитывая то, что коровы большую часть своего времени предпочитают лежать, сухое и мягкое место имеет огромное значение, ведь коровы лежат на бетонном покрытии. Бетон сам по себе твердый, а если еще будет и сыро могут появиться различные болезни суставов и не только.

- Неограниченный доступ к воде.

- Неограниченный доступ к корму.

- Свежий воздух. Чтобы воздух был более приятным не нужно прикладывать много усилий, если выполнять первое условие. Ведь если вовремя менять подстилку для коров, воздух не будет становиться тяжелым.

Условия затрагивают немалые человеческие усилия, но если попытаться хотя бы для начала их выполнять лучше, хоть на какой-то процент, то продуктивность коров увеличится несомненно.

УДК 339.37

АНАЛИЗ ЦЕН В ОБЪЕКТАХ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В МИКРОРАЙОНЕ Г. ГРОДНО

Севко А. А. – студент

Научный руководитель – **Дорошкевич И. Н.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Одной из основных потребностей человека является потребление питания для поддержания активной жизнедеятельности. Каждый день мы ходим в магазины за продуктами и тратим немалую часть своего бюджета на покушать. В городах магазины продуктов присутствуют в большем количестве, что влечет за собой не меньшую конкуренцию за покупателей среди них. Покупателей, в свою очередь, интересуют более низкие цены, в связи с чем магазины предлагают всевозможные красные

цены, два по цене одного, бонусные карты и еще много подобных акций ведущих к привлечению [1]. Важным для потребителя в этой истории является то, что один и тот же продукт на прилавках соседних магазинов может различаться в цене. Целью нашего исследования являлась оценка ценовой конкурентоспособности ближайших магазинов шаговой доступности в районе УО «ГГАУ». Для исследования взяты такие магазины, как «Копеечка», «Гренка», «Бакалея», «Евроопт» в районе улиц Терешкова-Тимирязева.

Для сравнения были взяты продукты, присутствующие во всех торговых точках в основных отделах, данные сведены в таблицу:

- хлебобулочные изделия: хлеб «Наш спадар»; батон «Маладосць»;
- молочные изделия: молоко «Молочный мир» 2,2 %; сырок глазированный «Моя Аленка»;
- мясные изделия: колбаса вареная «Мортаделла» 0,4 кг; колбаса сырокопченая Белорусская традиция «Московская» 1 кг;
- алкогольные напитки: пиво Лидское «Аксамітнае цёмнае» ж/б 4,8 %; пиво «Аліварыя залатое» 4,8 %;
- газированные напитки: Кока-кола 1 л.

Оценка проводилась как позиционно, так и по общей стоимости выбранной продовольственной корзины. Как оказалось, даже хлеб торговой марки «Наш спадар» в магазинах «Копеечка», «Бакалея», «Евроопт» продается по цене 1,23 бел. руб., а данный хлеб в магазине «Гренка» можно купить за 1,20 бел. руб. Таким образом, разница в цене между ближайшими магазинами составила 2,5 %.

Таблица – Розничные цены на отдельные продукты в продовольственных магазинах (2 декада января 2023 г.)

Продукт	Стоимость товара в магазинах, бел. руб.:				Отношение max/min цен в %
	Копеечка	Гренка	Бакалея	Евроопт	
Хлеб «Наш спадар»	1,23	1,20	1,23	1,23	2,5
Батон «Маладосць»	1,23	1,20	1,20	1,20	2,5
Молоко «Молочный мир» 2,2 %	1,39	1,39	1,39	1,39	0,0
Сырок глазир. «Моя Аленка»	0,79	0,85	0,85	0,85	7,6
Колбаса вар. 0,4 кг, «Морделла»	3,89	4,11	3,89	3,89	5,6
Колбаса 1 кг, с/к «Московская»	25,42	25,42	25,42	25,42	0,0
Пиво ж/б 4,8 % «Аксамітнае цёмнае»	1,95	1,99	1,99	1,99	2,1
Пиво «Аліварыя залатое» 4,8 %	1,95	2,15	2,31	1,99	18,5
Кока-кола 1 л	2,40	2,60	2,90	2,38	17,9
Итого, стоимость корзины	40,25	40,91	41,18	40,34	-

Наибольшая разбежка в цене была зафиксирована на товар «Пиво «Аліварыя залатое» 4,8 %», где его стоимость оказалась разной во всех торговых точках с разбежкой в 18,5 % по сравнению с минимальной стоимостью в магазине «Копеечка». В итоге, по данным полевого

исследования цен оказалось, что наиболее низкая стоимость указанной продуктовой корзины в магазине «Копеечка» (40,25 руб.), наиболее высокая – в магазине «Бакалея» (41,18 руб.)

Таким образом, цены во всех магазинах разные, и нельзя в полной мере отметить самый дешевый или дорогой по ассортименту. В некоторых случаях цены разнятся на полрубля, что, несомненно, дает повод задуматься о выборе магазина с более низкими ценами. Не совсем хочется переплачивать за продукт, который стоит дешевле в магазине через дорогу. Самыми конкурентоспособными по ценам оказались магазины «Копеечка» и «Евроопт», где цены на основные товары почти всегда самые низкие.

Считаем, что принятые правительством Беларуси в 2022 г. действия, направленные против необоснованного повышения цен, позволили сдержать их рост в связи с тем, что сами торговые точки не всегда способны рыночными способами бороться за клиента, уповая на его невнимательность или спешку. Таким способом магазины остановили борьбу за самые низкие цены, и выбор, куда пойти за продуктами, остается за покупателем. Покупатель, в свою очередь, будет смотреть не только на цены, а также на свежесть продуктов, хорошее обслуживание и т. д.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чемерис, В. Ю. Специфика сбыта продовольственных товаров / В. Ю. Чемерис, И. Н. Дорошкевич // Сборник научных статей по материалам XXIII Международной студенческой научной конференции, Экономика (Гродно, 26 мая 2022 г.). – Гродно: ГГАУ, 2022. – С. 305-307.

УДК 338

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ

Сенкевич М. С. – студент

Научный руководитель – **Сырокваш Н. А.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

ОАО «Березовский мясоконсервный комбинат» – одно из крупнейших предприятий республики, занимающихся переработкой мяса. В широкий ассортимент входят колбасные изделия, полуфабрикаты из говядины и свинины, консервы мясные и мясорастительные.

Основной принцип работы предприятия: изобретая новое, не забывать о традициях. Визитная карточка предприятия – производство

мясных деликатесов по собственным рецептам: продукты из свинины сыровяленые Чипсы «По-саксонски», Окорок «Деревенский Березовский», «Филей домашний Березовский», Закуска «Дедушкин гостинец».

Вкус, качество и разнообразие мясной продукции из Березы заслужили множество высоких наград. На протяжении пяти лет Березовский мясоконсервный комбинат становится победителем премии «Народная марка». Немаловажное достижение – победа Березовского мясоконсервного комбината в конкурсе «Лучшая продукция 2021 года» в номинациях «Мясные консервы», «Колбасные изделия полукопченые», «Продукция из свинины и говядины» и «Колбасные изделия сыровяленые».

Народный конкурс-дегустация «Чемпион вкуса-2021» также принес награды в копилку предприятия. В 2022 году на 29-й международной выставке продуктов питания «Продэкспо-2022» в Москве Березовский мясоконсервный комбинат был награжден золотой медалью.

Для повышения конкурентоспособности продукции, улучшения качества, увеличения сроков годности комбинат постоянно ведет работы по установке нового оборудования, модернизации цехов и участков, внедрению прогрессивных технологий. Так, два года назад производство пополнилось скин-упаковочной машиной. Скин-упаковка – это разновидность блистерной прозрачной, тонкой, но очень прочной пелликулы, которая плотно упаковывает продукт в термоусаживаемый щит, прилагаемый к листу картона или пластиковому лотку. Технология очень проста и состоит всего из трех шагов: вакуумация, обтягивание и запаивание. В результате лицевая сторона упаковки остается надежно защищенной от внешних повреждений и бактерий, при этом товару придается красивый внешний вид и продлевается срок годности.

Мы предлагаем приобрести камеру созревания и копчения УСКК-2х7 из нержавеющей стали немецкого производства. Она позволит получать исключительно высокое и стабильное качество сырокопченых и сыровяленого мяса.

По расчетам инвестиционные вложения на реализацию этого проекта составят 274,5 тыс. руб. Фактическая прибыль от реализации 1 т сырокопченых и сыровяленых колбас составит 1348,7 руб. Реализация данного инвестиционного проекта позволит увеличить объем производства и реализации колбас на 120 т в год. Индекс доходности больше единицы и равен будет 3,65.

Дополнительная прибыль или годовой дополнительный доход составит 161,84 тыс. руб. Срок окупаемости инвестиционных вложений без учета дисконтирования составит 1,7 года, а динамический срок окупаемости инвестиций составит 2,01 года. Динамический срок окупаемости еще раз подтвердил целесообразность его для инвестирования, т. к.

срок возврата капитала не выходит за пределы расчетного периода.

По результатам выполненных расчетов экономический эффект, выражающийся в увеличении прибыли от реализации продукции, составит 161,84 тыс. руб. и позволит окупить затраченное капитальное вложение в течение двух лет.

Одна из важных задач любого предприятия – добиться того, чтобы по его продукции узнавали. Но с каждым годом удивить избалованного потребителя становится все сложнее. Создать нечто особенное – все равно, что сотворить небольшое чудо, и у ОАО «Березовский мясоконсервный комбинат» это неплохо получается.

Обеспечение устойчивого производства предприятия гарантирует ему стабильность деятельности, повышение спроса покупателей, конкурентоспособность на внутреннем и внешнем рынках

УДК 636.034/636.2.034

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОМ АГРОПРЕДПРИЯТИИ ОАО «АЛЕКСАНДРИЙСКОЕ»

Середич А. М. – студент

Научные руководители – **Базылев М. В., Ханчина А. Р.**

УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины»

г. Витебск, Республика Беларусь

Сельскохозяйственное производство – очень сложный, многокомпонентный механизм, направленно действующий при создании высокоэффективных агросистем [1-3]. Вместе с тем научно обоснованное использование ресурсного потенциала конкретного агрохозяйства позволяет добиваться значительных положительных изменений в прикладной и экономической сфере такого производства [1, 2]. В этой связи представленные на обсуждение результаты исследований по изучению возможностей повышения экономической эффективности производства молока в крупнотоварном агропроизводстве, являются актуальными, заслуживающими внимания специалистов и руководителей сельскохозяйственных предприятий.

Основная цель заключалась в поиске внутривладельческих резервов производства молока в специализированном агрохозяйстве ОАО «Александрийское». Для достижения поставленной цели решались следующие задачи: производилось производственное изучение молочно-товарного скотоводства в ОАО «Александрийское»,

осуществлялся анализ полученных данных и их интерпретация.

Исследования производились в 2019-2021 гг. в высокотехнологичном специализированном агропредприятии ОАО «Александрийское» Шкловского района Могилевской области. Исследования включали наблюдения и учеты, использование производственной информации, связанной с скотоводческой деятельностью предприятия. Методика исследований общепринятая. Методологическая база исследований состояла из использования методов сравнения, логического, монографического, прикладной математики. Все исследования выполнялись в рамках научно-исследовательской работы студентов кафедры агробизнеса УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственной академии ветеринарной медицины».

Исследованиями было установлено, что одной из основных отраслей ОАО «Александрийское» является молочное скотоводство. По состоянию на 01.01.2021 г. в хозяйстве насчитывалось 15 145 голов крупного рогатого скота, в т. ч. 4664 головы дойного стада коров с уровнем среднегодового удоя молока в 7201 кг и рентабельностью его производства 36,0 %. Изучение математических параметров взаимодействия показателей среднегодового удоя молока, уровня рентабельности его производства, величины поголовья коров и структуры стада позволило установить следующие коэффициенты взаимодействия по годам: $K_{в2019} = 0,567$, $K_{в2020} = 0,789$, $K_{в2021} = 0,614$. Отмеченные показатели свидетельствуют о достаточно высокой степени взаимодействия, направленно учитывающей важнейшие составляющие высокоэффективного агропроизводства. Вместе с тем необходимо отметить то, что достижение высоких производственно-экономических показателей становится возможным при строгом выполнении технологических регламентов производства агропродукции, жесткой производственной дисциплине.

Таким образом, проведенные исследования и анализ экономической эффективности производства молока в крупнотоварном агрохозяйстве ОАО «Александрийское» показывают, что молочное скотоводство в предприятии развивается в правильном направлении, с выполнением регламентов производства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дегтяревич, И. И. Повышение экономической устойчивости развития агропромышленного комплекса / И. И. Дегтяревич // Современные технологии сельскохозяйственного производства: сборник научных статей по материалам XXII Международной научно-практической конференции: экономика, бухгалтерский учет, общественные науки (Гродно, 24 мая, 25 апреля, 17 мая 2019 года) / Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь, УО «Гродненский государственный аграрный университет». – Гродно: ГГАУ, 2019. – С. 52-53.
2. Научные системы ведения сельского хозяйства Республики Беларусь / Национальная академия наук Беларуси, Министерство сельского хозяйства и продовольствия

Республики Беларусь; редкол.: В. Г. Гусаков (гл. ред.) [и др.]. – Минск: Беларуская навука, 2020. – 682 с.

3. Повышение биоадаптивного потенциала дойного стада коров при производстве молока / М. В. Базылев [и др.] // Молочнохозяйственный вестник. – 2021. – № 3. – С. 21-36.

УДК 658.

УПРАВЛЕНИЕ ОТНОШЕНИЯМИ С ПОСТАВЩИКАМИ (SRM)

Силивончик В. Д. – студент

Научный руководитель – **Коробова Н. М.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Сегодня невозможно представить производство, которое сможет эффективно работать, не имея при этом необходимого количества сырья, комплектующих, любых вспомогательных ресурсов. Необходимые запасы должны своевременно пополняться, и при этом важно регулировать логистические параметры закупочной деятельности и уделять внимание взаимоотношениям с поставщиками.

Управление взаимоотношениями с поставщиками SRM (Supplier Relationship Management System, SRM-система) – это корпоративная информационная система (или ее модуль), предназначенная для автоматизации SRM-стратегии компании, в частности, для повышения уровня управления и оптимизации закупочной деятельности.

Другими словами, система SRM – это помощник в выборе поставщика на стратегическом уровне, а также в обновлении комплектующих или поиске альтернативных вариантов, отличающихся высоким уровнем качества и низкой ценой.

В первую очередь SRM-система позволяет автоматизировано выбрать оптимального поставщика на стратегическом уровне по нужным для компании критериям, анализируя при этом совокупные затраты на снабжение, рыночные цены, в последствие добиваясь наилучших контрактов. Далее для каждого из поставщиков проводится аттестация, оценивается эффективность взаимодействия как с новыми партнерами, так и со старыми, выявляются все достоинства и недостатки дальнейшего совместного сотрудничества.

Для того чтобы сопоставить возможности поставщиков и выбрать партнера, продукт которого соответствует критериям отличного качества и низкой цены, как правило проводятся тендеры и аукционы.

Существует 4 типа отношений с поставщиками:

1. Экономическая целесообразность.

2. Частичная конкуренция.
3. Выборочная кооперация.
4. Партнерство или альянсы.

Считается, что наиболее распространенный и удобный тип отношений с поставщиками- экономическая целесообразность. Данный тип отношений подразумевает под собой выбор поставщика, способного удовлетворить предъявляемым критериям. Если поставщик не устраивает, предприятие легко может его заменить. Такие отношения могут возникнуть с поставщиками типовой продукции, где на рынке товаров или услуг присутствует высокая конкуренция.

Следует обратить внимание на критерии, по которым определяется данный тип отношений:

- Степень риска средняя;
- Доля продукции в прибыли достаточно высокая;
- Качество стандартизированное;
- Рынок поставок: много поставщиков, легко поменять поставщика, умеренная взаимозависимость поставщика и покупателя;
- Доля в создании стоимости достаточно высокая.

Основная задача экономически целесообразных отношений состоит в том, чтобы сократить время и затраты на обработку заказов, поставку и приемку. Поэтому предприятие, которое выбирает данный тип отношений необходимо:

1. По максимуму стандартизировать товар/услугу;
2. Добиться от поставщика максимальной автоматизации процесса;
3. Привести к минимальному объему документооборот;
4. Конкретизировать содержание сервиса;
5. По возможности объединять закупки.

Таким образом, значимость SRM-системы в комплексе маркетинга взаимоотношений и на предприятии в целом находится на достаточно высоком уровне, т. к. благодаря ей формируются наиболее эффективные и рациональные отношения между организацией и ее поставщиками, поступает информация из самых различных источников, создаются ранжированные списки, и самое главное, создаются наиболее благоприятные условия для долгосрочных отношений с партнерами.

Подводя итоги, нужно отметить, что экономически целесообразные отношения – это минимальное количество контактов с поставщиком и максимальные требования к нему с целью уменьшить расходы на процесс закупок. Применяются к поставщикам некритических товаров на рынках, где качество продукта стандартизировано, низкий уровень взаимозависимости между поставщиком и покупателем и преобладает

власть покупателя.

ЛИТЕРАТУРА

1. Широченко, Н. В. Управление отношениями с поставщиками на базе решения SAP SRM / Н. В. Широченко, П. Е. Прутковенко // Актуальные вопросы права, экономики, управления. – 2018. – № 8. – С. 83-85.
2. Шikuнова, В. А. Актуальные подходы к управлению взаимоотношениями с поставщиками / В. А. Шikuнова, А. Н. Агафонова // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2019. – № 11 (39). – С. 19-21.

УДК 631.1.016(476)

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЭКОНОМИКИ АПК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Скрылькова Е. С. – студент

Научный руководитель – **Климова Ю. Е.**

УО «Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий»

г. Могилев, Республика Беларусь

Исходя из того, что сельское хозяйство представляет собой открытую подвижную социально-экономическую систему, где определяющую роль играет человеческий капитал, производственный потенциал и природные факторы, устойчивость развития отрасли предполагает постоянную, адекватную происходящим изменениям трансформацию производственных отношений и производительных сил, способную поддерживать систему в равновесном состоянии. По нашему мнению, запас устойчивости заключается, прежде всего, в нарастающих инновациях и инвестициях, постоянном использовании достижений науки и техники, оптимизации государственного протекционизма и вмешательства в управление этими процессами. Проблема устойчивости развития тесно связана с продовольственной безопасностью, ибо ее можно решить только при устойчивом развитии всей системы.

Управление производством всегда имело большое значение для развития общества, но его роль особенно возросла в условиях рынка. Рыночные реформы существенно изменили характер взаимоотношений между участниками производственного и управленческого процессов, государственными органами и хозяйствующими субъектами, деловыми партнерами.

Сельское хозяйство играет важную роль в белорусской экономике. Доля отрасли в структуре ВВП по итогам 2020 г. составила 6,8 %. Еще 6,6 % ВВП принесли производители продуктов питания, напитков и табачных изделий, основу которого (примерно 85 %) составляют

перерабатывающие предприятия АПК. Таким образом, совокупный вклад сельского хозяйства и АПК в ВВП нашей страны можно оценить в 12,4 % (6,8 + 6,6 x 85 %). В сельском хозяйстве и перерабатывающих предприятиях АПК работают 267,4 и 116,6 тыс. чел. соответственно, или 384 тыс. чел. в совокупности, что составляет 10,3 % от общего количества работников страны. При этом зачастую предприятия отрасли являются основными работодателями в регионах, где найти работу сложнее, чем в областных городах или столице.

В 2020 г. по индексу продовольственной безопасности, который измеряет политику государств и эффективность работы их учреждений в сфере продовольственной безопасности, Беларусь вышла на 23 место среди 113 стран, улучшив свое положение в рейтинге сразу на 13 позиций.

Главным звеном АПК является сельское хозяйство. Здесь создаются натурально-вещественные основы продукта. Остальные сферы только дорабатывают его и доводят до потребителя.

В настоящее время главное – с наименьшими потерями провести структурную перестройку АПК исходя из реальных интересов и потребностей страны. Цель такой перестройки – на основе совершенствования структуры посевных площадей, интенсификации производства, всемерного развития производственных мощностей вспомогательных отраслей не допустить потерь выращенной продукции сельского хозяйства, создать сбалансированный рынок продовольствия, надежно обеспечивающий население продуктами питания в соответствии с научно обоснованными нормами. Речь идет о том, чтобы значительно повысить эффективность функционирования всех отраслей АПК для достижения более высоких конечных результатов.

В условиях перехода к рыночным отношениям выделяют следующие основные задачи АПК:

- создание сбалансированного рынка продовольствия и сельскохозяйственного сырья для промышленности;
- повышение конкурентоспособности сельского хозяйства и АПК в целом на мировом рынке;
- более эффективное использование производственного потенциала во всех сферах АПК;
- сокращение потерь на «стыках» (производство – транспортировка – переработка – торговля);
- повышение плодородия земли.

Поэтому сейчас руководителям и специалистам следует обращать особое внимание на научную обоснованность принимаемых решений, возросшую роль управления маркетингом, финансами, договорными

отношениями, подготовку и переподготовку кадров, способных успешно работать в рыночных условиях, совершенствование организационной структуры управления, более широкое вовлечение работников акционерных обществ и сельскохозяйственных кооперативов в управление производством.

ЛИТЕРАТУРА

1. Проблемы развития АПК РБ и пути их решения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studbooks.net/2172575/ekonomika/problemy_razvitiya_puti_resheniya.
2. Проблемы и перспективы устойчивого развития АПК Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-ustoychivogo-razvitiya-apk-respubliki-belarus/viewer>.
3. Сельское хозяйство – точка опоры национальной экономики и региональной политики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/selskoe-hozjajstvo-belarusi-dostizhenija-i-problemy-otrsli/>.
4. АПК Беларуси: основные проблемы и пути их решения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://agreconom.belnauka.by/jour/article/view/9>.

УДК 658. 15

РОЛЬ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ

Смелякова А. Д. – студент

Научный руководитель – **Шило М. Е.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»
г. Горки, Республика Беларусь

Осуществление практически всех видов финансовых операций связано с движением денежных средств в форме их поступления и расходования. Это движение денежных средств во времени представляет собой непрерывный процесс и определяется понятием денежного потока.

Финансы организации выражают систему денежных отношений, возникающую в процессе финансово-хозяйственной деятельности, и необходимые для формирования, использования финансового капитала, доходов и других денежных фондов [1].

Поскольку денежные средства являются ограниченным ресурсом, важно создать механизмы эффективного управления их движением, которые способствовали бы обеспечению хозяйственных процессов необходимым уровнем денежных потоков и поддержанию оптимального остатка денежных средств путем регулирования сбалансированности их поступления и расходования. Следовательно, данная тема является актуальной.

Цель – определить роль денежных потоков в системе управления финансами.

Источниками притока денежных средств являются выручка от продажи работ (услуг), получение займов (кредитов), рост уставного капитала, доходов от эмиссии корпоративных облигаций.

Отток денежных средств является результатом возмещения текущих издержек, инвестиционных затрат, уплаты дивидендов акционерам компании, платежей в бюджет и целевые централизованные фонды.

В сложных обстоятельствах нынешней экономики важнейшей задачей финансового менеджмента является эффективное управление материальными ресурсами. Эффективное руководство потоками денежных средств предприятия обеспечивает его финансовое равновесие и доходность в ходе стратегического продвижения. Скорость экономического подъема и экономическая стабильность организации в значительной степени зависят от взаимной устойчивости и синхронизации масштабов разных видов денежных потоков во временных интервалах. Высокий уровень стабильности позволяет улучшить и оптимизировать управление финансами, а также способствует ускорению достижения стратегических целей предприятий [2].

Денежный поток является основой для обеспечения эффективного функционирования предприятия и его «финансового здоровья». Денежные потоки способствуют повышению ритмичности операционного процесса предприятия. Любой сбой в осуществлении платежей отрицательно сказывается на формировании производственных запасов сырья и материалов, уровне производительности труда, сбыте готовой продукции и товаров и т. п. В то же время эффективно организованные денежные потоки предприятия обеспечивают рост объема производства и реализации продукции [3].

Денежные потоки являются основой финансовой независимости организации, а также средством снижения риска неплатежеспособности. Уменьшая зависимость от заемных финансовых ресурсов, денежные потоки снижают риск неплатежеспособности организации, одновременно синхронизируя поступление и распределение средств.

Таким образом, роль денежных потоков в системе управления финансами заключается в том, что денежные потоки обслуживают хозяйственную деятельность предприятия во всех ее аспектах. Эффективное управление денежными потоками позволяет сократить потребность в заемном капитале, а также обеспечить более рациональное использование собственных ресурсов. Кроме того, это позволит предприятию получить больше прибыли. Отлично налаженная система денежных потоков организации – это первостепенный показатель экономического благополучия, условие для получения высоких финальных результатов ее деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Рыбалко, О. А. Понятие денежных потоков и их роль в системе управления / О. А. Рыбалко. – Текст: непосредственный // Экономика, управление, финансы: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Пермь, апрель 2015 г.). – Пермь: Зебра, 2015. – С. 192-194.
2. Финансовый анализ / [Электронный ресурс] // Генеральный директор: [сайт]. – Режим доступа: <https://www.gd.ru/articles/9709-denejnye-potoki-predpriyatiya>. – Дата доступа: 17.01.2023.
3. Коновалова, А. В. Анализ денежных потоков: учебное пособие / А. В. Коновалова; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. – Ярославль: ЯрГУ, 2015. – 108 с.

УДК 657

СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ

Смелякова А. Д. – студент

Научный руководитель – **Шило М. Е.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

В системе финансового управления предприятия в последние годы все больше внимания уделяется организации управления денежными потоками, что оказывает сильное влияние на финансовые результаты его хозяйственной деятельности, а формирование денежных потоков – это одно из основных признаков финансовой устойчивости предприятия.

Управление денежными потоками играет важную роль в производственной и экономической деятельности. Не менее важным является внутренний контроль денежных потоков с целью поддержания необходимого уровня платежеспособности, в этом и заключается актуальность темы исследования. Денежные потоки затрагивают все сферы деятельности предприятия, и необходимость их внутреннего контроля обусловлена их ролью [1].

Цель – определить, является ли система внутреннего контроля основой эффективного управления денежными потоками.

Контроль наряду с планированием, регулированием, учетом и анализом является одной из функций системы управления любым хозяйствующим субъектом независимо от его организационно-правовой формы и вида деятельности.

Система внутреннего контроля является регламентированной процедурой, которую непрерывно осуществляет руководство предприятия для минимизации рисков, выявления и предотвращения финансовых нарушений, а также для выполнения нормативно-правовых актов и регламентов [2].

Основной инструмент внутреннего контроля – это внутренний аудит. Внутренний аудит – это независимая деятельность организации по проверке и оценки ее работы в интересах руководителя. Целью внутреннего аудита является помощь работникам предприятия эффективно выполнять свои функции [3].

Основными вопросами, которые могут быть проверены службой внутреннего контроля, являются следующие:

1. Проверка операций с финансовыми вложениями;
2. Проверка законности операций с использованием валютных, расчетных, а также специальных счетов;
3. Проверка законности операций с бланками строгой отчетности и наличными денежными средствами.

Важной целью предприятий является достижение эффективности хозяйственной деятельности, и получение максимальной прибыли, что является причинами, по которым значение финансового контроля возрастает. Благодаря этому виду контроля обеспечивается получение достоверной информации, ее соответствие положению дел в финансовой системе.

Следует отметить, что без контроля невозможна эффективная деятельность любого предприятия, т. к. он является составляющей теории управления. Именно внутренний контроль способен свести к минимуму негативные факторы в области производственно-финансовой деятельности.

Работа системы внутреннего контроля в конечном итоге направлена на своевременную подготовку достоверной бухгалтерской и налоговой отчетности, а также ведение бухгалтерского и налогового учета в соответствии с действующим законодательством.

Внутренний контроль необходим на всех стадиях управления. В связи с этим также важно, какие нормы и технологии были выбраны организациями, которые ранее не ставили перед собой задачу осуществления регулярного внутреннего контроля, также и теми организациями, для которых постоянно повышается потребность в комплексной системе внутреннего контроля.

Таким образом, система внутреннего контроля является основой эффективного управления денежными потоками, т. к. управление ими в современных условиях позволяет предприятиям обеспечить необходимый уровень платежеспособности, что является достаточно важным. Благодаря организации внутреннего контроля денежных потоков, любая современная организация может добиться улучшения своего финансового состояния и повышения уровня рейтинга.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чернявская, С. А. Анализ и организация внутреннего контроля при движении денежных потоков / С. А. Чернявская, В. Григоренко // Вестник Академии знаний. – 2020. – №38 (3). — С. 303-308.
2. Управление компанией / [Электронный ресурс] // Генеральный директор: [сайт]. – Режим доступа: <https://www.gd.ru/articles/10557-sistema-vnutrennego-kontrolya>. – Дата доступа: 25.01.2023.
3. Финансовый контроль: учеб.-метод. комплекс / М. Е. Шило, Н. М. Коробова. – Горки, УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» 2015. – 129 с.

УДК 633.1 631.559 (476)

О РАЗВИТИИ ЗЕРНОВОЙ ОТРАСЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Сорокина М. Д. – студент

Научный руководитель – Дидюля Л. В.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Производство зерна занимает особое место среди сельскохозяйственных отраслей. Велика роль зерна в формировании продовольственных ресурсов республики. Зерно является незаменимым сырьем для пищевой промышленности. Оно широко используется в качестве фуража и на технические цели. Чем больше зерновые ресурсы страны, тем крепче внешнеполитические позиции государства на мировой арене. Повышение экономической эффективности производства зерна на уровне производителя является актуальной проблемой.

Целью исследования является анализ показателей развития зерновой отрасли в Республике Беларусь.

В таблице 1 представлены показатели зернопроизводства в динамике за 2018-2022 гг.

Таблица 1 – Динамика показателей развития зерновой отрасли в 2018-2022 гг.

Показатели	Годы					2022 г. к 2018 г.	
	2018	2019	2020	2021	2022	%	+/-
Посевная площадь, тыс. га	2315,5	2416,2	2499,1	2490,2	2532,8	109,4	+217,3
Удельный вес в структуре посевов, %	40,6	41,8	42,8	43,3	43,9	x	+3,3 п. п.
Урожайность, ц/га	26,8	30,4	35	29,8	34,5	128,7	+7,7
Валовой сбор, тыс. т	6205,5	7345,2	8746,9	7420,8	8738,2	140,8	+2532,7
Производство на душу населения, кг	643	768	923	787	924	143,7	+281

Примечание – Источник: [1]

На протяжении рассматриваемого периода наибольший урожай зерна был собран в 2022 г. – 8738,2 тыс. т. Рост валового сбора на 40,8 % (или на 2532,7 тыс. т) был обусловлен как расширением посевов зерновых и зернобобовых культур, так и ростом урожайности культуры. Посевная площадь зерновых и зернобобовых культур за последние 5 лет увеличилась на 217,3 тыс. га, или на 9,4 %. Удельный вес зерновых культур в структуре посевов увеличился на 3,3 п. п. и составил 43,9 %. Урожайность зерновых в целом по стране имеет положительную динамику, в 2022 г. она больше, чем в 2018 г., на 7,7 ц/га, или на 28,7 %. В расчете на душу населения было произведено в 2022 г. 924 кг зерна, что больше уровня 2018 г. на 281 кг, или на 43,7 %. Это наивысший показатель за весь исследуемый период. Увеличение данного показателя произошло не только из-за увеличения валового сбора, но и вследствие сокращения численности населения страны.

В таблице 2 отражены показатели в разрезе областей в 2022 г.

Таблица 2 – Показатели развития зерновой отрасли по областям в 2022 г.

Область	Площадь посева		Валовой сбор	
	тыс. га	%	тыс. т	%
Брестская	413,6	16,3	1567,0	17,9
Витебская	379,8	15,0	1063,3	12,2
Гомельская	410,9	16,2	947,7	10,8
Гродненская	374,1	14,8	1758,9	20,1
Минская	551,1	21,8	2264,3	25,9
Могилевская	402,6	15,9	1137,0	13,1
Всего	2532,8	100	8738,2	100

Примечание – Источник: [1]

Основные посевы зерновых и зернобобовых культур в 2022 г. сосредоточены в Минской (21,8 %), Брестской (16,3 %) и Гомельской (16,2 %) областях. Минская область лидирует также по валовому сбору зерна – 25,9 % от республиканского показателя.

Наибольшая урожайность зерновых получена в Гродненской области (47 ц/га), наименьшая – в Гомельской области (23,3 ц/га) [1].

Таким образом, за исследуемый период наблюдается динамичное развитие зерновой отрасли. Росту экономической эффективности производства зерна будут способствовать более широкое внедрение высокоурожайных сортов и гибридов, совершенствование структуры посевных площадей в пользу более урожайных сортов, совершенствование агротехники. Немаловажную роль также играет повышение окупаемости удобрений, своевременное применение средств защиты растений; обеспечение культуры хорошими предшественниками; использование качественных семян адаптированных сортов; рациональное

использование трудовых ресурсов; совершенствование технологии уборки зерновых культур с минимальными затратами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сельское хозяйство Республики Беларусь. Статистический сборник. – Мн., 2022. – Мн.: Национальный статистический комитет Республики Беларусь. / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 08.02.2023.

УДК 631.16:657.474.51:637.1(476.6)

СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА В ХОЗЯЙСТВАХ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Сталиневич Н. А. – магистрант

Научный руководитель – Дешко И. А.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Себестоимость продукции является важнейшим показателем экономической эффективности сельскохозяйственного производства. Ее снижение является одной из первостепенных и актуальных задач каждой отрасли, в т. ч. и исследуемой.

Производство продукции молочного скотоводства связано с определенными затратами или издержками. В процессе производства затрачивается труд, используются средства труда, а также предметы труда. Все затраты организации на производство и реализацию продукции, выраженные в денежной форме, образуют себестоимость продукции.

Проанализируем состав и структуру себестоимости производства молока в Гродненской области. Состав себестоимости производства молока представлен в таблице.

Таблица. – Состав себестоимости производства молока в хозяйствах, руб./ц

Статьи затрат	Годы				
	2017	2018	2019	2020	2021
Оплата труда с начислениями	7,6	8,6	9,4	10,5	11,6
Корма	21,6	25,0	26,9	29,3	34,2
Затраты на содержание основных средств	3,4	3,5	3,7	3,7	3,6
Работы и услуги	2,9	3,1	3,2	3,7	3,7
Стоимость энергоресурсов для технологических целей	1,5	1,6	1,5	1,6	1,7
Стоимость нефтепродуктов	1,4	1,5	1,6	1,8	1,9
Прочие прямые затраты	3,7	3,8	3,9	4,4	4,5
Затраты на организацию производства и управления	1,7	2,1	2,0	2,4	2,7
Всего затрат	43,8	49,2	52,2	57,4	63,7

Анализируя себестоимость производства молока видно, что наибольший удельный вес в структуре затрат занимают корма. За исследуемый период увеличение по данной статье составило 12,6 руб./ц (58,3 %). По статье «Корма» учитывают расход кормов собственного производства и покупных на содержание данного вида (группы) животных. Высокая продуктивность и уровень себестоимости продукции зависят от эффективности использования кормов, т. к. корма в структуре затрат на производство занимают наибольший удельный вес. Оплата труда с начислениями также имеет тенденцию увеличения с 7,6 до 11,6 руб./ц. Если рассматривать другие статьи затрат, то можно отметить, что в 2021 г. увеличился удельный вес остальных статей по сравнению с 2017 г. Однако в течение исследуемого периода по таким статьям затрат, как «Затраты на содержание основных средств», «Стоимость энергоресурсов для технологических целей», «Затраты на организацию производства и управления» отмечено некоторое снижение значений показателей.

В целом за период с 2017 г. по 2021 г. себестоимость производства молока в хозяйствах Гродненской области увеличилась на 19,9 руб./ц, или 45,4 %.

УДК 637.1:658.155(476.6)

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА В ХОЗЯЙСТВАХ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Сталиневич Н. А. – магистрант

Научный руководитель – **Дешко И. А.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

В продовольственном комплексе страны важное место занимает производство молока как наиболее ценного продукта в рационе питания человека, незаменимого по содержанию питательных веществ, минеральных солей и ряда ценных витаминов.

Экономическая эффективность показывает конечный, полезный эффект от применения средств производства и живого труда, отдачу совокупных вложений. Повышение экономической эффективности производства способствует росту доходов хозяйств, получению дополнительных средств для оплаты труда и улучшению социальных условий; оно выгодно как государству в целом, так и отдельно хозяйствам и непосредственно работникам.

Одной из приоритетных отраслей хозяйств Гродненской области

является отрасль молочного скотоводства, ей уделяется огромное внимание, она оказывает большое влияние на экономические результаты работы предприятия.

Важным показателем, характеризующим количественную сторону эффективности, является уровень производства молока, т. е. его объем, приходящийся на 100 га сельскохозяйственных угодий. Самый высокий уровень производства молока в 2021 г. в Гродненском районе – 211,3 т/100 га с/х угодий, что в 1,6 раза выше, чем в среднем по Гродненской области. Высокий уровень также в Берестовицком, Щучинском, Зельвенском и Новогрудском районах. Низкие значения рассматриваемого показателя – в Ивьевском, Лидском и Ошмянском районах находятся в пределах 57,5-86,8 т/100 га с/х угодий.

За период с 2014 г. по 2021 г. валовое производство молока хозяйствах Гродненской области на основе годовых отчетов предприятий увеличилось на 29,6 %, т. к. основная часть произведенной продукции реализуется, то в связи с увеличением валового производства увеличивается показатель товарной продукции, и в 2021 г. он увеличился на 28,9 % по сравнению с 2014 г.

Себестоимость реализованной продукции за данный период исследования увеличилась. В 2021 г. она составила 646 222 тыс. руб., что почти в 3 раза больше, чем в 2014 г. Прибыль от продаж также увеличилась и в 2021 г. составила 233 207 тыс. руб., тогда как в 2014 г. она составляла 92 042 тыс. руб. Как правило, увеличение себестоимости продукции может привести к убыткам, но за анализируемый период наблюдается увеличение цены реализации, что способствовало получению прибыли при реализации продукции животноводства.

За счет увеличения основных показателей экономической эффективности производства молока в период с 2014 по 2021 гг. уровень рентабельности увеличился на 3,6 п. п.

УДК 636.4(476)

РАЗВИТИЕ СВИНОВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Старанович А. П. – студент

Научный руководитель – **Высокоморный В. И.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

На современном этапе развития эффективность функционирования агропромышленного комплекса основывается на стратегии,

обеспечивающей дальнейший рост конкурентоспособности сельского хозяйства и его основных отраслей с учетом мировых тенденций и национальных приоритетов.

Мировой объем производства свинины до начала 2022 г. колебался в пределах 110-120 млн. т, половина которого была сконцентрирована в азиатском регионе. При этом 80,0 % от общего объема производства в Азии шло в основном на обеспечение потребностей Китая и около 6,0 % – Вьетнама. По данным ФАО, основными производителями свинины в европейском регионе являются Германия, Испания, Россия, Франция и Польша, а в Америке более 80,0 % от совокупного производства обеспечивают Соединенные Штаты Америки, Бразилия и Канада. Кризис пандемии COVID-19, по оценкам экспертов Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных Наций (ФАО) и Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), не оказал существенного влияния на сектор животноводства ввиду отсутствия резкого сокращения поголовья сельскохозяйственных животных в условиях активного применения карантинных мер. Кроме того, агропродовольственный сектор показал свою устойчивость, основанную на урвне и характере развития сельского хозяйства, в условиях огромной неопределенности и угрозы продовольственной безопасности.

В настоящее время в Республике Беларусь действует 115 комплексов по производству товарной свинины и 12 субъектов племенного животноводства, среди которых 7 племенных заводов, 3 селекционно-гибридных центра, 5 племенных хозяйств в статусе племенного репродуктора. В двух племенных хозяйствах (ГП «ЖодиноАгроПлемЭлита» Смолевичского района, ОАО «СГЦ Заречье» Рогачевского района) сохраняется генофондное поголовье свиней белорусской черно-пестрой и белорусской мясной породы.

В настоящее время свиноводство в Республике Беларусь развивается в крупнотоварном секторе, на долю которого приходится 87-88 % численности поголовья, при этом в 2018-2021 гг. отмечалось наибольшее его снижение с 3130 до 2527 голов. В 2021 г. по республике в целом рост поголовья составил 1,5 % (в сельскохозяйственных организациях – 2,6 %) к уровню 2018 г. (таблица).

Таблица – Численность поголовья свиней по категориям хозяйств на начало года, тыс. гол.

Наименование	2018	2019	2020	2021	2022
Поголовье свиней	3130	2813	2853	2845	2527
Реализация свиньи	491,7	490,6	467,1	490,5	477,0

В Беларуси уровень и темпы селекционно-племенной работы на ближайшую перспективу определены Республиканской комплексной

программой по племенному делу в животноводстве до 2025 г. В ней предусмотрены система мер по дальнейшему улучшению племенных и продуктивных качеств разводимых новых пород, типов, линий и кроссов, разработка и внедрение новых методик оценки племенных качеств животных, распространение высокого потенциала на товарное животноводство республики.

При дальнейшем развитии свиноводства в Беларуси необходимо учитывать его возможности, основанные на внутренних резервах обеспечения отрасли собственным зернофуражом и повышения качества выпускаемой продукции. В условиях высокой степени износа технологического оборудования и производственных помещений, высоких затрат на производство продукции, вероятности распространения опасных заболеваний и роста уровня конкуренции со стороны производителей других стран основными направлениями повышения эффективности отечественного свиноводства должны стать не только строительство новых, реконструкция и модернизация действующих объектов, но и развитие кормовой базы и селекционно-племенной работы на основе комбинирования традиционных методов с методами ДНК-технологии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бабенко, Н. Рост цен на свинину – шанс для Беларуси / Н. Бабенко // Директор. – 2020. – № 2. – С. 28-29.
2. Бубен, С. Б. Состояние и перспективы развития свиноводства в ЕАЭС / С. Б. Бубен // Белорусское сельское хозяйство. – 2018. – № 12. – С. 16-19.
3. Статистика развития свиноводства в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/upload-belstat/upload-belstat-pdf/oficial_statistika/2022/infographics-animal_husbandry-2022.pdf. – Дата доступа: 02.02.2022.

УДК 611.14:633.88

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА ГРЕЧИХИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Стецко А. О. – студент

Научный руководитель – **Гесть Г. А.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

В последние годы по распоряжению президента Республики Беларусь значительно увеличены посевные площади гречихи. В сельскохозяйственных предприятиях заслуживает внимания увеличение урожайности этой культуры. Поэтому целью работы явился анализ эффективности производства ее в нашем государстве.

В составе крупы гречихи присутствуют более 50 ценных для организма человека веществ. Она один из лидеров по содержанию растительного белка, который очень хорошо усваивается организмом человека. Углеводы ее, наоборот, перерабатываются достаточно долго, поэтому придают организму человека чувство сытости на довольно внушительный промежуток времени. Гречка помогает выводить из организма человека радиоактивные элементы. Гречишный мед рекомендуют употреблять даже и абсолютно здоровым людям [2].

Продукт переработки гречки, лузгу или шелуху, можно частично использовать как калийное удобрение из-за высокого содержания в ней оксида калия (35-40 %). Из нее производят лосьоны, кремы и лекарства, а также фильтры для водоочистных сооружений.

На территории Беларуси гречиху выращивают уже достаточно долго. В 2005 г. посевы гречихи составили 8 тыс. га, что является самым минимальным значением за последние 50 лет. Несмотря на это, урожайность выросла до 8,8 ц/га. В 2012 г. площадь посева составила 44 тыс. га, а урожайность 9,1 ц/га. В 2013-2016 гг. площадь посева резко уменьшилась, а урожайность осталась на уровне 2012 г.

В 2017-2020 гг. посевная площадь гречихи колебалась от 14 до 28 тыс. га (таблица 1). Самая высокая урожайность за эти годы наблюдалась в 2019 г. – 12 ц/га. В 2021 г. площадь культуры составила 29 тыс. га, но урожайность упала практически в два раза – до 6,6 ц/га. В 2022 г. урожайность культуры достигала своего максимума за все года выращивания – 15 ц/га. Площадь посева гречихи и ее урожайность оказали влияние на валовой сбор, который изменялся от 13 до 28 тыс. т [1].

Таблица 1 – Показатели производства гречихи

Показатели	Годы					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
	Республика Беларусь					
Площадь в РБ, тыс. га	14,0	18,0	19,4	14,4	28,4	29,0
Площадь в Гр. области, тыс. га	2,83	2,73	3,24	2,84	4,74	5,5
Урожайность в РБ, ц/га	9,9	10,3	10,1	12,0	10,3	6,6
Валовой сбор, тыс. т	13,0	18,0	18,5	17,0	28,3	18,0

Важными показателями эффективности производства гречихи являются трудоемкость и производительность труда. Установлено (таблица 2), что в Гродненской области валовой сбор гречки в годы исследования вырос от 40,2 до 56,5 тыс. ц, т. е. на 40,5 %. Прямые затраты труда увеличились на 25,5 %. Трудоемкость уменьшилась на 16,7 %, а производительность труда – увеличилась на 12,9 % или 0,11 ц/чел. ч.

Таблица 2 – Эффективность производства гречихи

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2021 г. к 2019 г., %
Валовой сбор, ц	40 240	57 620	56 550	140,5
Прямые затраты труда, тыс. чел.-ч	47	64	59	125,5
Трудоемкость 1 ц, чел.-ч/ц	1,2	1,1	1,0	83,3
Производительность труда, ц/чел.-ч	0,85	0,9	0,96	112,9

Таким образом, увеличение производительности труда и уменьшение трудоемкости при возделывании гречихи говорит о ее эффективном производстве.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/selskoe-hozyaystvo/selskoe-khozyaystvo/>. – Дата доступа: 04.02.2023.
2. Особенности производства гречихи в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://econagro.belal.by/jour/article/view/18/18>. – Дата доступа: 04.02.2023.

УДК 339.138

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛИД-МЕНЕДЖМЕНТА В МАРКЕТИНГЕ

Ступчик М. Д. – студент

Научный руководитель – **Дорошкевич И. Н.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Основной задачей маркетинга является максимальное облегчение реализации с помощью изучения потребностей клиента, особенно в условиях повсеместной цифровизации. В английском языке эта задача определяется таким термином, как LeadNurturing [4]. Дословного перевода на русский язык нет, но ближе всего к передаче сути подойдет понятие лид-менеджмент или «вращивание лида».

Целью нашего исследования являлось осмысление теоретического понятия лид-менеджмент в современном маркетинге.

Лид-менеджмент – это группа инструментов и процессов, благодаря которым маркетологи и предприниматели могут привлечь покупателя с использованием различных маркетинговых категорий [1].

Лид в интернет-маркетинге (с англ. lead – вести, приводить) – это момент регистрации в ответ на предложение рекламодателя, который содержит какую-либо информацию о клиенте [3].

Лиды можно разделить на две группы: потребительские и целевые. Потребительские лиды включают в себя в большей степени демографическую информацию, такую как доход, кредитоспособность, возраст и

другие. Целевые лиды предназначены для особенных предложений от рекламодателя.

Если рассмотреть со стороны заказчика интернет-продвижения, лид – это «потенциальный» клиент или потребитель услуги», а именно количество привлеченных лидов как правило оценивают эффективность запущенной рекламы [1].

Клиентов можно разделить на 4 категории: холодные (люди, которые слышат о продукте в первый раз), теплые (сегмент, который слышал о товаре минимум один раз), горячие (заинтересованы и готовы купить товар), нецелевые (случайно оставившие заявку, никаким образом не заинтересованы в покупке) [2].

Как показывает один из источников, интернет-реклама начала набирать популярность в 2000 г., поэтому большинство организаций начало вкладывать свои деньги в онлайн [4]. Несмотря на высокий рост такого вида рекламы, найти достойного маркетолога остается основной задачей у каждой организации. Также более чем за 20 лет развития сферы появилось множество программ, которые позволяют намного быстрее и качественнее выполнять маркетологам работу.

В наше время рынок товаров и услуг настолько большой и разнообразный, что уже не у покупателя стоит вопрос «где найти товар?», а у продавца становится главной задачей то, как привлечь клиента купить именно его продукцию, а не у конкурента.

Отметим, что немаловажную роль играет подача (генерация) лида. Не задумываясь, мы ежедневно сталкиваемся с такого рода «подачей». Например, идя по улице можно наткнуться на рекламный щит, на котором будет иллюстрирована красивая картинка с объявлением. Или при ответе на звонок, вам интересно расскажут о каком-нибудь новом продукте и пригласят на презентацию, выставку, конференцию. Открыв электронную почту или социальную сеть, вы тоже можете увидеть письмо или рекламный пост с объявлением.

Иногда заинтересованность не гарантия совершения покупки, это только первая стадия, которая дает попытку или возможность для менеджера к сделке. Клиент может передумать или отказаться в любой момент. Задача маркетолога – создать интерес к продукту компании, чтобы появилось желание купить, добиться, чтобы клиент оставил заявку, позвонил или задал вопрос в онлайн-чат или социальной сети.

Существует масса способов реализации, их разделяют на две группы: рассылка или концентрация. Рассылка – это отправка как можно большему количеству лиц сообщений с предложением и ожиданием от них ответа. Концентрация подразумевает распознавание и создание ситуаций, которые концентрируют хорошо подобранных

кандидатов в виде набора рассылок [4].

Таким образом, работа с потенциальными клиентами является очень важной частью в успешных продажах, она широко развивается в Республике Беларусь и во всем мире. В рамках электронного маркетинга самым главным объектом лид-менеджмента является конкретный человек (как формальный лид), который отреагировал на рекламу (позвонил, заполнил форму, подписался на рассылку и т. д.).

ЛИТЕРАТУРА

1. Технологии эффективного менеджмента: учебно-практическое пособие / Л. Н. Албастрова. – Москва, 1998. – 281 с.
2. Косенко, Е. И. Горячие, теплые и холодные лиды / Е. И. Косенко // Русская речь. – 2016. – № 2. – С. 126-127.
3. Лид-менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Лид-менеджмент>. – Дата доступа 31.01.2023.
4. Использование лид-менеджмента в маркетинге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://conversion.su/blog/chto-takoe-lid-v-marketinge>. – Дата доступа: 31.01.2023.

УДК 633.2/4.003(476)

ХАРАКТЕРИСТИКА МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ БЕЛАРУСИ

Сущенко Д. Л. – студент

Научный руководитель – Минина Н. Н.

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»
г. Горки, Республика Беларусь

В отрасли молочного скотоводства производится значительная часть валовой продукции сельского хозяйства. Данная отрасль имеется практически в каждом хозяйстве, а во многих она является главной.

Цель исследований – охарактеризовать современное состояние молочной отрасли Беларуси.

Использованы работы отечественных ученых, нормативно-правовая информация, данные Национального статистического комитета Республики Беларусь, общенаучные и частные методы исследований.

За последние 5 лет средний удой молока от коровы в хозяйствах всех категорий Республики Беларусь вырос на 420 кг, или 8,5 %, поголовье коров снизилось на 41 тыс. гол., или 2,3 %, а производство молока увеличилось на 502 тыс. т, или 6,9 %.

В расчете на душу населения ежегодно производится 750-770 кг молока и 120-130 кг мяса (в убойном весе). Эти объемы производства животноводческой продукции обеспечивают внутренние потребности республики и экспортный потенциал. За последние 7 лет более 55 % произведенного в стране молока и около 35 % мяса реализуется на

внешний рынок. По мнению экспертов, около 60-65 % молочной продукции, произведенной в стране, в ближайшем будущем будет поставаться на экспорт. Повышение эффективности ведения отраслей животноводства в республике произошло за счет кардинального решения ряда важных проблем (улучшения кормления и селекции животных).

Внедрение современных методов селекции в животноводстве на основе новейших генетикопопуляционных приемов и методов, разработка эффективных биотехнологических тест-систем, маркеров, ДНК-технологий, определяющих генетический статус и управление наследственностью животных по устойчивости к генетическим заболеваниям, приспособленности к условиям промышленных технологий при производстве продукции животноводства, позволит обеспечить создание генотипов, конкурирующих с лучшими мировыми аналогами по затратам корма на единицу продукции, а также разработку методов оценки генома пород сельскохозяйственных животных с использованием мировой практики в данном направлении. В Беларуси уровень и темпы селекционно-племенной работы на ближайшую перспективу определены Республиканской комплексной программой по племенному делу в животноводстве до 2025 г. Главная цель селекционно-племенной работы в молочном скотоводстве на нынешнюю и последующую пятилетку заключается в дальнейшем повышении генетического потенциала молочного скота белорусской черно-пестрой породы до уровня 9,5-10,0 тыс. кг молока с содержанием жира и белка 3,6-3,9 и 3,2-3,4 % соответственно. Решение этой задачи уже осуществляется в республике за счет формирования в активной части популяции белорусской черно-пестрой породы (племенного массива более 700 тыс. коров) с долей кровности более чем 50 % по голштино-фризской породе. В Беларуси планируется создать новую белорусскую породу в молочном скотоводстве белголштин с генетическим потенциалом 12 тыс. кг и более молока за лактацию [1, 2].

В перспективе развитие отраслей животноводства наряду с улучшением кормовой базы и созданием прогрессивных технологий содержания будет осуществляться посредством: перехода на инновационный путь развития; повышения экономической эффективности функционирования отрасли; обновления производственной базы, строительства, реконструкции и модернизации животноводческих предприятий; продолжения работы по повышению генетического потенциала сельскохозяйственных животных; улучшения кормовой базы, позволяющей максимально реализовать генетический потенциал сельскохозяйственных животных; производства дешевых кормов с учетом природно-производственных условий регионов на основе осуществления заготовки кормов

в оптимальные сроки за счет совершенствования структуры травосеяния, массового внедрения интенсивных технологий; разработки эффективной системы кормления животных на основе балансирования рационов по питательности, переваримому протеину, содержанию макро- и микроэлементов, витаминов; успешного решения кадровой проблемы в животноводстве для обеспечения выполнения технологических требований при производстве продукции животноводства.

Для Беларуси высокоразвитое животноводство является основой обеспечения продовольственной безопасности страны. Поэтому от эффективной работы молочной отрасли во многом зависит экономическое благополучие сельскохозяйственных организаций республики в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. О Государственной программе «Аграрный бизнес» на 2021-2025 годы [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 1 февраля 2021 г. № 59 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 25.11.2022.
2. Шейко, И. П. Перспективы научной и инновационной деятельности в животноводстве Беларуси / И. П. Шейко // Весці Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі. Серыя аграрных навук. – 2018. – Т. 56. – № 2. – С. 188-199.

УДК 633.2/4.003(476)

ПОЗИЦИЯ БЕЛОРУССКОЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ

Сущенко Д. Л. – студент

Научный руководитель – **Минина Н. Н.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Молочное скотоводство в составе агропромышленного производства занимает особое место, что обусловлено его значительным удельным весом в производстве совокупной продукции сельского хозяйства. Оно в значительной мере определяет экономическую эффективность сельскохозяйственного производства. Для Беларуси высокоразвитое животноводство является основой обеспечения продовольственной безопасности страны.

Цель исследований – охарактеризовать современное положение Беларуси на мировом молочном рынке.

Использованы интернет-ресурсы, общенаучные и частные методы исследований.

Повышение эффективности молочного производства – это сложный и многоплановый процесс, затрагивающий разные стороны

производственной деятельности, включающий в себя научно-технический прогресс, совершенствование форм организации труда и производства, имеющих в конечном счете задачу рационального использования производственных ресурсов, увеличения производства молока, улучшения его качества и повышения рентабельности отрасли.

В современных условиях себестоимость полученного молока во многих хозяйствах достаточно высока, затраты на производство молока не окупаются. Причин такого положения много, часть их кроется в том, что животноводство тесно связано с растениеводством, а значит, напрямую зависит от положения дел в этих отраслях. В то же время ряд предприятий данной отрасли функционируют успешно, а их продукция пользуется спросом не только на внутреннем, но и на внешнем рынке.

Экспорт молокопродуктов в Республике Беларусь в 2000 г. составлял 0,4 млн. т, или 65 млн. долл., в 2005 г. – 1,6 млн. т, или 448 млн. долл., в 2011 г. – 2,4 млн. т, или 1500 млн. долл., в 2016 г. – 4,2 млн. т, или 1800 млн. долл., в 2020 г. – 4,8 млн. т, или 2400 млн. долл.

За прошлый год валовое производство во всех категориях хозяйств составило около 7,9 млн. т, в т. ч. в сельскохозяйственных организациях – более 7,6 млн. т, средний надой от коровы – более 5400 кг. В год на душу населения производится 828 кг, а потребляется только 244 кг. Если отбросить примерно 10 % на выпойку телят, то окажется, что внутри страны реализуется менее трети молока. Более 4,9 млн. т продукции в пересчете на молоко экспортируется. При этом еще в 2000 г. в сельскохозяйственных организациях производили только 2,6 млн. т молока при среднем надое на корову 2154 кг. Поэтому почти все оно шло на внутренний рынок. Продуктов в пересчете на молоко экспортировали лишь 430 тыс. т на 65 млн. долларов [1].

В настоящее время Беларусь стала крупнейшим игроком на международном рынке молочной продукции, она занимает 2-е место в мире по экспорту сгущенного молока, 3-е – по экспорту сливочного масла и сухой сыворотки, 4-е – по экспорту сыра, 5-е – по экспорту сухого обезжиренного молока. Производя 0,85 % молока в мире, Беларусь занимает 6 % в его мировой торговле.

За последние 5 лет сделан крен в сторону увеличения производства и экспорта более доходных молочных продуктов. Так, производство сыров и творога увеличено в полтора раза. Практически вся прибавка ушла на зарубежные рынки. А вот экспорт сухого молока снижен за счет целенаправленного уменьшения производства сухого цельного. Этот товар стал не таким выгодным, поэтому освободившиеся объемы сырья переориентированы на выпуск более маржинальной продукции, такой, например, как цельномолочная. В целом за пятилетку экспорт молочной

продукции в денежном выражении вырос на 38 %. Вдвое расширилась география: если в 2015 г. экспорт осуществлялся в 29 стран, то в 2020 г. – уже в 58 стран. Сегодня ассортимент молочной продукции превышает 1500 наименований. Сыров выпускается около 330 видов, масла сливочного – 30, цельномолочной продукции – более 700 видов [2].

На внешнем рынке белорусских молочных товаров готовы брать и больше. Однако для этого надо наращивать производство молока. Если в настоящее время в республике производится около 8 млн. т молока в год, то к концу пятилетки ставится задача выйти на 9,2 млн. т.

Таким образом, рейтинг Беларуси в мире по экспорту молочных продуктов следующий: 2-е место – сгущенное молоко; 3-е место – сливочное масло и сухая сыворотка; 4-е место – сыр; 5-е место – сухое обезжиренное молоко. За последние годы вдвое расширилась география экспорта молочной продукции: в 2015-м экспорт осуществлялся в 29 стран, в 2020-м – в 58 стран. В год на душу населения в Беларуси производится 828 кг, потребляется 244 кг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белоруссия. Молочный рынок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dairynews.today>. – Дата доступа: 25.11.2022.
2. Как наша страна стала крупнейшим игроком на мировом рынке молочной продукции // Беларусь сегодня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by>. – Дата доступа: 25.11.2022.

УДК 005.591.6:631.145 (476)

ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Тимошкова В. Р. – студент

Научный руководитель – **Горанец С. И.**

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
г. Гродно, Республика Беларусь

Агропромышленный комплекс Республики Беларусь выполняет экономическую, социальную, экологическую, историческую функции и является приоритетной отраслью национальной экономики. Он призван обеспечить продовольственную безопасность страны, создать необходимые резервы питания и сельскохозяйственного сырья для повышения уровня продовольственного обеспечения и покупательского спроса населения, обеспечить конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции на внутреннем и внешнем рынках.

Инновации в АПК в наиболее общем понимании представляют собой реализацию в хозяйственной практике результатов исследований и разработок, позволяющих повысить эффективность производства, в виде новых или улучшенных: сортов растений, пород и видов животных и кроссов птицы; продуктов питания, материалов, новых технологий в растениеводстве, животноводстве и перерабатывающей промышленности; удобрений и средств защиты растений и животных; методов профилактики и лечения животных и птицы; форм организации труда и управления производством; подходов к оказанию социальных услуг.

Можно выделить ряд проблем, которые тормозят инновационное развитие АПК, а также пути их решения, которые представлены на рисунке.



Рисунок – Основные проблемы инновационного развития АПК РФ в современных условиях и важнейшие направления их решения [1]

Таким образом, инновации играют важнейшую роль в обеспечении экономического развития страны, однако в период санкций уменьшается привлечение иностранных инвестиций, что существенно оказывает негативное влияние на внедрение нововведений. Конкурентоспособное развитие аграрной отрасли необходимо обеспечивать главным образом посредством инвестирования в освоение инновационных технологий, технологической модернизации и автоматизации отрасли, совершенствования системы контроля безопасности аграрной продукции. Основным акцентом в развитии аграрного производства в Республике Беларусь делается на повышение производительности труда путем дальнейшей механизации и автоматизации сельского хозяйства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Проблемы и перспективы инновационного развития агропромышленного комплекса Республики Беларусь / В. Чабатыль [и др.]. – Аграрная экономика. 2017;(7):17-25.

УДК 338

ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИЙ (ПРЕДПРИЯТИЙ) АПК

Тихоненко Т. И. – студент

Научный руководитель – **Латенкова А. В.**

УО «БІП – Университет права и социально-информационных технологий» Могилевский филиал

г. Могилев, Республика Беларусь

Агропромышленный комплекс Республики Беларусь – это межотраслевое формирование по производству сельскохозяйственной продукции и доведению ее до потребителя. АПК Республики Беларусь является самым крупным межотраслевым формированием, объединяющим 9 отраслей народного хозяйства, производящим около 30 % ВВП. В отраслях АПК занято 1,5 млн. человек, или 1/3 всех работающих в народном хозяйстве [2].

Агропромышленный комплекс является экономически и социально значимой сферой народного хозяйства Республики Беларусь, вследствие этого проблемы развития и эффективности деятельности отечественного АПК являются актуальной темой для научных исследований.

Прибыль выступает результирующим финансовым показателем деятельности предприятия АПК. Получение прибыли является обязательным условием функционирования предприятия. Прибыль рассматривается как критерий эффективности воспроизводства и как

показатель, отражающий конечный результат интенсивного и экстенсивного развития предприятия.

Под формированием финансовых результатов понимается определенная последовательность (алгоритм, методика), конечной целью которой является определение значения показателя прибыли предприятия и ее производных – налогооблагаемой и чистой прибыли [3].

В экономической теории и практике в зависимости от метода исчисления выделяют следующие виды прибыли: экономическая, бухгалтерская, чистая, валовая, номинальная, реальная, минимальная, нормальная, облагаемая и не облагаемая налогом, консолидированная, остающаяся в распоряжении предприятия и т. д.

Первым и, как правило, основным источником прибыли отчетного периода выступает прибыль от реализации продукции, работ и услуг. Вторым источником прибыли является прибыль (или убыток) от инвестиционной, финансовой и иных видов деятельности.

Указанные элементы формируют прибыль отчетного периода, которая, в свою очередь, является объектом дальнейшего распределения.

Формирование прибыли в организации АПК является важным, первоначальным и основным этапом в общем процессе управления прибылью, когда определяются дальнейшие действия управленческого персонала относительно распределения и использования прибыли в будущих периодах [1].

Процесс формирования прибыли на белорусских предприятиях АПК в полной мере регулируется законодательством Республики Беларусь.

Механизм формирования, а в дальнейшем и распределения, прибыли должен быть построен таким образом, чтобы способствовать повышению эффективности производства, стимулировать развитие новых форм хозяйствования, а также производственное, научно-техническое и социальное развитие предприятий и отрасли в целом.

Грамотное и результативное управление формированием прибыли предполагает создание на предприятии определенных организационно-методических концепций управления, знание ключевых элементов развития прибыли, применение современных способов ее планирования.

Обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод, что прибыль выступает одним из важнейших показателей эффективности деятельности предприятия АПК, является основой его экономического и социального развития, основным источником самофинансирования, осуществления инновационной и инвестиционной деятельности, расширенного воспроизводства, решения проблем социально-экономического развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кутин, М. В. Процесс формирования, распределения и использования прибыли в организации / М. В. Кутин, Н. В. Христиненко // Экономические исследования. – 2020. – № 1. – С. 9-15.
2. Официальный сайт Белорусского статистического комитета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 08.02.2023.
3. Тетеринец, Т. А. Экономика и управление предприятий (организаций) АПК: ресурсы, резервы, развитие: учебно-методическое пособие / Т. А. Тетеринец. – Минск: БГАТУ, 2019. – 736 с.

УДК 338

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИЙ (ПРЕДПРИЯТИЙ) СФЕРЫ АПК

Тихоненко Т. И. – студент

Научный руководитель – **Латенкова А. В.**

УО «БИП – Университет права и социально-информационных технологий» Могилевский филиал
г. Могилев, Республика Беларусь

Агропромышленный комплекс Республики Беларусь – сложившаяся единая система сельского хозяйства и промышленных отраслей и предприятий, интегрированных общей задачей обеспечения страны продовольствием и сельскохозяйственным сырьем, которые связаны стабильными, долговременными производственными и коммерческими связями [3].

Эффективность функционирования любой коммерческой организации (предприятия) определяется ее способностью приносить прибыль. Ведущее значение прибыли в предпринимательской деятельности обеспечивается ее основными функциями, а многообразие видов подчеркивает ее многоаспектность.

Действующая система учета и анализа отражает несколько видов прибыли, функционально взаимосвязанных между собой. Но вместе с тем каждый из видов по своему содержанию имеет самостоятельное значение и должен использоваться для решения определенного круга вопросов, т. к. на величину каждого вида прибыли воздействуют собственные специфические факторы.

В целом на процесс формирования прибыли предприятий оказывают влияние различные внешние и внутренние факторы. К внешним факторам относят качество действующего законодательства (гражданского, административного, налогового), уровень развития внешнеэкономических связей государства, уровень развития сектора

государственных услуг, цены на производственные ресурсы, социально-экономические условия, природные условия, уровень инфляции, степень развития инфраструктуры. К внутренним факторам целесообразно причислить качество и конкурентоспособность продукции, уровень организации производства и труда, компетентность руководства и менеджеров, качество финансового менеджмента, структуру продукции и затрат, цену продукции, себестоимость продукции, уровень производительности труда, объем продаж [1].

Влияние факторов может быть как положительным, так и негативным. При поиске путей управления финансовыми результатами деятельности предприятий АПК больше внимания следует уделять внутренним факторам, поскольку они более тщательно контролируются хозяйствующим субъектом, чем внешние.

Для организаций АПК наиболее показательной, с точки зрения результативности деятельности, является прибыль от реализации продукции, которая представляет собой разницу между выручкой от реализации товаров и суммой затрат, включаемых в себестоимость продукции, а также управленческих расходов и расходов на реализацию.

Как правило, прибыль от реализации продукции занимает наибольший удельный вес в структуре балансовой прибыли организации. Ее величина формируется под воздействием ряда факторов, важнейшими из которых являются: себестоимость, объем реализации, уровень действующих цен.

Важнейшим из них является себестоимость, которая в структуре цены занимает значительный удельный вес, поэтому она заметно сказывается на изменении величины прибыли при прочих равных условиях.

Еще одним фактором, влияющим на величину прибыли от реализации, является изменение объема производства и реализации продукции. Падение объема производства при нынешних экономических условиях, не считая ряда противодействующих факторов, как, например, роста цен, неизбежно влечет сокращение объема прибыли.

Размер выручки от реализации продукции и, соответственно, прибыли от реализации зависит не только от количества и качества произведенной и реализованной продукции, но и уровня применяемых цен. Цены на продукцию в условиях рыночной конкуренции устанавливаются организациями в зависимости от конкурентоспособности данной продукции, спроса и предложения аналогичной продукции другими производителями. Поэтому уровень цен на продукцию в определенной степени является фактором, зависящим от организации

ЛИТЕРАТУРА

1. Мараева, З. Л. Факторы, влияющие на финансовый результат деятельности организации / З. Л. Мараева, М. К. Афанесян // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 5. – С. 4-7.
2. Тоболич, З. А. Экономика предприятий агропромышленного комплекса: курс лекций / З. А. Тоболич. – Горки: БГСХА, 2017. – 221 с.

УДК 658(075.8)

АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ «ООО GUSTUS»

Траенович А. В., Рыжая Д. А. – студенты

Научный руководитель – **Протасеня С. И.**

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»

г. Гродно, Республика Беларусь

В соответствии с законодательством Республики Беларусь субъекты хозяйствования самостоятельно планируют свою деятельность на основе договоров, заключенных с потребителями продукции и поставщиками материально-технических ресурсов, и определяют перспективы развития исходя из спроса на производимую продукцию, необходимости обеспечения производственного и социального развития предприятия.

Объем выпускаемой продукции зависит от ряда условий: производственных мощностей, сырья, материалов, трудовых ресурсов, рынков сбыта и др. Разработка программы производства начинается с определения номенклатуры и количества конкретных видов продукции. Определяются объемы производства в натуральных, условно-натуральных и стоимостных измерениях. Связь между натуральными и стоимостными измерениями объемов производства осуществляется через систему цен на продукцию [1].

Проведем анализ динамики объема производства продукции ООО «GUSTUS» за декабрь 2019-2021 гг. (таблица).

Таблица – Динамики объема производства ООО «GUSTUS» за декабрь 2019-2021 гг., тыс. руб.

Показатель	2019	2020	2021	Отклонение		Темп роста, %	
				2020 от 2019	2021 от 2020	2020/2019	2021/2020
Переработка и консервирование мяса	6434	4652	1323	-1782	-3329	72,30	28,44
Производство продукции из мяса	7287	6562	11 692	-725	5130	90,05	178,18
Производство готовых пищевых продуктов	14	12	10	-2	-2	85,71	83,33
Итого	13 735	11 226	13 025	-2509	1799	81,73	116,03

Из данных таблицы видно, что на ООО «GUSTUS» производство продукции разделено на переработку и консервирование мяса, производство продукции из мяса, производство готовых пищевых продуктов. За три года объем производства снизился на 5,2 %, но при этом объем производства продукции из мяса возрос на 60,5 %.

Для большей наглядности динамику производства продукции можно изобразить графически (рисунок).

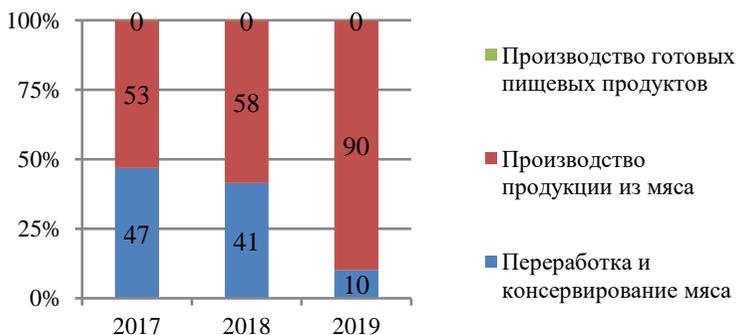


Рисунок – Структура объема производства ООО «GUSTUS»

Согласно данным рисунка, наибольший удельный вес в структуре объема производства занимает производство продукции из мяса и мяса сельскохозяйственных птиц: 53,05 % в 2019 г., 58,45 % в 2020 г. и 89,77 % в 2021 г. Незначительную долю занимает производство готовых пищевых продуктов.

Источниками резервов увеличения объемов производства

продукции для ООО «GUSTUS» могут стать обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами и эффективность их использования, например, за счет создания дополнительных рабочих мест; сокращения потерь рабочего времени; повышения уровня производительности труда; обеспеченность предприятия основными производственными средствами и эффективность их использования, например, за счет приобретения дополнительных машин и оборудования; более полного использования их фонда рабочего времени; повышения производительности работы оборудования; обеспеченность производства сырьем и материалами и эффективность их использования, например, за счет дополнительного приобретения сырья; сокращения сверхплановых отходов сырья и материалов; сокращения норм расхода сырья и материалов на единицу продукции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Протасеня, С. И. Анализ хозяйственной деятельности: пособие / С. И. Протасеня. – Гродно: ГрГУ, 2008. – 231 с.

УДК 331.2

СИСТЕМА МОТИВАЦИИ ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИИ

Трепашко В. С. – магистрант

Научный руководитель – **Бычек И. И.**

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
г. Гродно, Республика Беларусь

Актуальность проблем мотивации не оспаривается ни наукой, ни практикой, т. к. от четкой разработки эффективной системы мотивации зависит не только повышение социальной и творческой активности конкретного работника (менеджера, рабочего), но и конечные результаты деятельности предприятий различных организационно-правовых форм собственности, производственной и непромышленной сфер деятельности.

Проблема мотивации персонала довольно широко рассматривается сегодня в научной и публицистической литературе. Однако попытки приспособить классические теории мотивации к современности во многом не систематизированы, что затрудняет практическое использование технологий и методов мотивации. Сложность практической организации системы мотивации персонала определяется так же слабой изученностью особенностей мотивации работников, занятых в отдельных отраслях экономики и видах производства.

Изучение проблем мотивации возникло еще до становления теории

управления как отдельной науки, поскольку научное исследование элементов человеческой деятельности было начато мыслителями многих эпох и культур, включая Аристотеля, Гераклита, Демокрита, Лукреция, Платона, Сократа.

Если говорить о мотивации как о термине, то следует остановиться на понятии «мотив», которое И. Т. Фролов определяет как осознанное побуждение, обуславливающее действие для удовлетворения потребностей человека [6]. Из данного определения следует, что мотивация – это процесс побуждения человека или организации к изменению их состояний [2].

Существует два подхода к изучению мотивационной теории: содержательный и процессуальный. В основе содержательной теории стоит сам человек и реализация его потребностей (А. Маслоу, Дж. Аткинсон, Ф. Герцберг, Д. Мак Клеlland и др.). Теории мотивационных процессов фокусируются на самом процессе достижения цели (авторы: Л. Портер, В. Врум, Л. Портер, И. Янис, А. Кохэн, Э. Лоулер, Л. Манн, Д. Бредфорд и др.). Это базовые теории мотивации, в которых показана суть того, как мотивировать персонал. Какие бы конкретные способы отношения к сотрудникам ни представляла каждая теория, отправная точка одна и та же – человека побуждает к активным действиям необходимость удовлетворения различных потребностей.

Среди ученых, которые внесли свой вклад в исследование теорий мотивации труда, следует выделить: Ф. Тэйлор, Э. Мэйо, Г. Мюррея, В. Врум, Л. Портер, К. Левин, Э. Лоулер, Х. Хекхаузен, Ф. Герцберг, К. Альдерфер, В. К. Вилюнас, Д. Мак-Грегор и мн. др. Эти ученые разработали ряд теорий и моделей трудовой мотивации и разработали практические рекомендации по применению этих теорий.

В целом анализ литературных источников и изучение взглядов различных ученых на проблему мотивации позволили определить, что основными целями побудительного воздействия являются привлечение ценных кадров и их удержание, предотвращение текучести кадров, повышение качества производительности труда, а также наличие тесной взаимосвязи между личными интересами и интересами организации.

Мотивация является одной из основных функций современного менеджмента, направленной на повышение эффективности труда персонала организации. Функция мотивации заключается в том, что она оказывает влияние на трудовой коллектив организации в форме побудительных мотивов к эффективному труду, через общественные воздействия, коллективные и индивидуальные поощрительные меры. Методы мотивации персонала, применяемые на практике, могут быть самыми разнообразными и зависят от проработанности системы

стимулирования на предприятии, общей системы управления и особенностей деятельности самого предприятия.

Проведенные исследования позволяют выделить основные критерии, которые характерны для всех типов организаций. К их числу относятся: нематериальные – награда за достижения, которая предоставляется сотрудникам безвозмездно (путевка, подарочный сертификат, различная продукция организации); моральная – вознаграждения, не имеющие денежного выражения: признание статуса и заслуг (встреча с руководителями, вручение грамот и дипломов), предоставление работникам особых условий работы (возможность свободного или гибкого графика, возможность самоконтроля и т. п.); организационная – создание культуры на предприятии, которая поддерживает и стимулирует работников в достижении поставленной цели [1].

Таким образом, мотивационные процессы сложны и неоднозначны, и существует много различных теорий, которые говорят о мотивированности работников в зависимости от различных потребностей и условий существования индивидов. На данный момент существует разнообразное количество исследований в области мотивации персонала, и ни одно из них не может в полном объеме осветить поведение человека в трудовой области, но каждое эффективно для применения в отдельной ситуации. Поэтому, рассматривая разные модели теории, можем получить более глубокое понимание в управлении поведением человека.

Мотивы труда весьма разнообразны и различаются по потребностям, которые человек стремится удовлетворить посредством трудовой деятельности; по тем благам, которые потребуются человеку для удовлетворения своих потребностей; по той цене, которую работник готов заплатить за получение искомых благ. Общим у них является то, что удовлетворение потребностей всегда связано с трудовой деятельностью. При этом сила мотива определяется степенью актуальности той или иной потребности для работника.

Эффективность систем стимулирования во многом зависит от руководства компании, их грамотная система стимулирования может помочь организации реализовать свои цели. Важно создать систему стимулирования, подходящую для конкретной компании, и выбрать правильные стимулы для отдельных сотрудников. Руководству организации важно правильно выбрать как мотивировать каждого сотрудника на выполнение его основной задачи. Главная задача – правильно определить способ ориентирования сотрудников, направить персонал на достижение целей предприятия.

Абсолютно все организации стремятся привлечь таких работников, которые могут реализовать все цели организации, наиболее

эффективно используя умственные и физические возможности. В условиях жесткой конкуренции организаций при привлечении новых сотрудников возникает проблема в мотивации новых кадров для того, чтобы они остались работать в рамках своего предприятия [5].

В настоящее время в различных научных и деловых публикациях рассматриваются результаты исследований с участием менеджеров и персонала более тысячи различных организаций с целью выявления продуктивных сотрудников и поиска наилучших способов их мотивации. Как отмечает в своем сборнике Клочков А. К., в среднестатистической компании 6 % сотрудников всегда работают хорошо, столько же (6-8 %) сотрудников всегда работают плохо, а для эффективной работы остальных 87 % всегда требуется правильная постановка целей и задач с обязательным контролем их исполнения [4].

В то же время следует отметить, что факторы мотивации и рычаги мотивационного воздействия, используемые в практической деятельности организации, зависят не только от сферы деятельности, размеров и особенностей сотрудников, но и от страны происхождения.

Так, в Японии основными факторами мотивации труда являются профессиональное мастерство, возраст и стаж работников, а также результативность труда. Отличительными особенностями при этом являются пожизненный найм и наличие единовременного пособия по выходу на пенсию. В США к ключевым факторам мотивации можно отнести поощрение предпринимательской активности, качество работы и высокую квалификацию сотрудников. Особенности мотивации являются применение сдельной и повременной оплаты труда, участие работников в прибыли, наличие дополнительных вознаграждений за работу без аварий, длительное использование оборудования и соблюдение дисциплины. К факторам мотивации во Франции относят квалификацию работников, качество работ, количество организационных предложений и уровень мобилизации. Особенности являются наличие индивидуальной оплаты труда, инициативность и дополнительное вознаграждение по обеспечению старости, воспитанию детей и др. В Великобритании, Швеции и Германии факторами мотивации соответственно являются доход, солидарная заработная плата и качество [3].

В Республике Беларусь система мотивации, главным образом, состоит из таких элементов, как социальное стимулирование труда, административное стимулирование труда, стимулирование труда через оплату труда и нематериальная мотивация. При этом одним из важных элементов мотивации работников является система социальных льгот, которая определена Положением по оплате труда работников в каждой организации.

Таким образом, в основу выбора и реализации мотивационных приемов и методов могут быть положены следующие принципы: целенаправленность, что побуждает работников действовать для достижения общей цели; реализуемость, т. е. наличие реальной правовой, технической и финансовой возможности для осуществления предполагаемых мероприятий; системность, что предполагает наличие тесной взаимосвязи между применяемыми методами; адаптивность, т. е. возможность гибких оперативных изменений в зависимости от внешних и внутренних обстоятельств; эффективность, которая предполагает достижение максимального социального и экономического эффекта при минимальных затратах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Герчиков, В. И. Мотивация персонала / В. И. Герчиков. – М.: БПТ, 2019. – 95 с.
2. Горленко, О. А. Управление персоналом: учебник для СПО / О. А. Горленко, Д. В. Ерохин, Т. П. Можаяева. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 249 с.
3. Заруцкая, Е. А. Мотивация и стимулирование труда персонала организации / Е. А. Заруцкая // Вестник Тверского государственного университета. – 2018. – № 1. – С. 120-126.
4. Ключков, А. К. КРП и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов / А. К. Ключков. – М.: Эксмо, 2019. – 103 с.
5. Минасян, С. С. Мотивация персонала / С. С. Минасян // Научный журнал Молодой ученый. – 2014. – № 1. – С. 401-403.
6. Фролов, И. Т. Философский словарь / И. Т. Фролов. – М.: Республика, 2019. – 719 с.

УДК 339.13

СПЕЦИФИКА МАРКЕТИНГА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Туркиневич Т. Д. – студент

Научный руководитель – **Дорошкевич И. Н.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Социальные сети заменили нам все источники информации и виды связи: газеты, радио, телевидение, письма. Изначально, социальные сети использовались для обмена текстовыми сообщениями, фотографиями, поиска знакомых, родственников. Но теперь возможности социальных сетей значительно приумножились.

Маркетинг – это деятельность, которая ставит своей целью получение прибыли с помощью удовлетворения потребностей покупателей. А маркетинг в социальных сетях – это один из каналов маркетинга. Уникальность социальных медиа заключается в том, что они дают возможность предприятию взаимодействовать непосредственно с потребителями, без навязчивого действия традиционных маркетинговых технологий.

Социальные сети – это очень удобное средство для привлечения потенциальных клиентов. Существует несколько причин их популярности для этих целей:

1) Уровень доверия. Информация, передающаяся по социальным сетям, отличается от стандартной рекламы. Часто пользователи сами пересылают рекламные сообщения друг другу. Полученная таким образом информация сразу приобретает формат рекомендации и уровень доверия к ней, соответственно, увеличивается.

2) Быстрое распространение. Принцип «маркетинга из уст в уста» часто используется в социальных сетях. Для этого нужно создавать уникальный и интересный контент, который посетители будут самостоятельно отправлять друзьям или делать доступным для своих подписчиков.

3) Ориентированность на целевую аудиторию. В социальных сетях проще находить будущих клиентов. Выделив целевую аудиторию по индивидуальным предпочтениям, можно быстро и эффективно распространять контент среди тех, кому это действительно нужно.

4) Коммуникация с клиентами. Легко можно начать диалог с интересующимся пользователем. Это касается как вопросов, так и непосредственно заказов или рекомендаций.

Существует минусы использования маркетинга в соцсетях:

1) Начальные вложения. Первые результаты появятся не сразу, проходит не менее 3-6 месяцев. 2) Непрерывная работа. Для появления новых клиентов и удержания уже состоявшихся нужно проводить постоянные обновления: обновлять информацию, размещать новости и статьи. 3) Сложно считать КРІ. Сложно подсчитать, во сколько обойдется подобная рекламная кампания. Затраты напрямую зависят от многочисленных внешних и внутренних факторов. 4) Нет гарантий. Нельзя быть полностью уверенным в результате. 5) Нет первого контакта. Чаще всего человек в первую очередь воспользуется поисковой системой. Например, если он хочет купить домашний текстиль, он не будет искать группу в «В контакте», ориентированную на продажу текстиля. 6) Нельзя ошибаться. Цена ошибки в этих постах гораздо выше. Любой недочет или серьезная опечатка в комментариях или в выборе тем для поста могут испортить репутацию. 7) Не дает охвата на 100 %. Несмотря на то, что рекламные группы отличаются от обычной рекламы, многие пользователи все же игнорируют их из-за их рекламной направленности. 8) Не всем подходит. Не все могут продвигаться таким образом. В первую очередь, это компании, услуги и товары которых нужны для обычной жизни (хлеб / молоко / сахар / средства гигиены) [1].

Примером использования маркетинга в социальных сетях является

единственный пост в блоге ClimateFieldview «Найди свое фунгицидное окно». Он стал финалистом премии ContentMarketingAwards, и можно понять, почему. Информативно помогая фермерам планировать урожай, в посте также рассказывается фермерам, как использовать окно фунгицидов в своих интересах.

Этот блог визуально привлекателен и легко усваивается. Он имеет хорошо продуманную графику, с которой можно взаимодействовать, хорошо использованное пустое пространство и удачно размещенную информацию, которая выделяется. Кроме того, ClimateFieldview тонко упоминает свою технологию, основанную на данных, чтобы обеспечить визуальную перспективу влияния знания фунгицидного окна. Быть ясным и кратким в такой сложной теме, как эта, имеет решающее значение. Предоставление визуальных эффектов, таких как «до» и «после», или интерактивный дизайн могут удержать пользователя и предоставить полезную стратегию для создания лучшего продукта [2].

Подводя итоги, можно сказать, что специфика контент-маркетинга заключается в действии постепенно и органично, сначала цепляя пользователей и вызывая интерес, затем превращая целевую аудиторию в аудиторию конкретного бренда и лишь затем – в покупателей, в идеале постоянных.

ЛИТЕРАТУРА

1. Когда нужен SMM-маркетинг? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://emisart.ru/kogda-nugen-smm-marketing>. – Дата доступа: 24.01.2023.
2. 27 примеров вдохновляющего контент-маркетинга на 2022 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tools.pixelplus.ru/news/27-primerov-kontent-marketinga>. – Дата доступа: 24.01.2023.

УДК 53.087.92:636.22/28.082.453.1

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДАТЧИКОВ «ОВИ-ВОУ» В ЖИВОТНОВОДСТВЕ

Тюрева О. П. – студент

Научный руководитель – **Дешко И. А.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Наиболее значимая проблема хозяйств – слишком длинный сервис-период, из-за которого:

- нет покрытия скота в нужное время, что снижает количество полученного приплода;

- предприятия теряют валовое производство за счет снижения выхода молока от одной коровы за период лактации;

- повышается риск выявления яловых коров с низкой продуктивностью.

Это значит, что в данном направлении следует проводить наиболее тщательную работу. Для этого в хозяйствах рекомендуется совершенствовать процесс выявления коров, готовых к осеменению, внедрять прогрессивные технологии.

Частное производственное унитарное предприятие «Распределенные сенсорные системы», имеющее представительство в г. Минск, ул. Сурганова, д. 80, к. 137, предлагает обеспечить отрасль животноводства хозяйства системой автоматической детекции половой охоты по двигательной активности животных с беспроводной передачей данных в реальном времени.

Система состоит из:

- индивидуальных беспроводных датчиков активности, носимых коровами на ошейниках;
- приемного узла с антенной, принимающего данные на расстоянии до 2 или на открытой местности до 5 км;
- программного обеспечения для анализа и визуализации данных с фермы.

Датчики «Ovi-bovi» вешаются коровам на стандартные ошейники шириной 4 см совершенно свободно и работают безо всякой подзарядки до 10 лет (как правило, раньше истирается пластиковый корпус датчика, чем отключается питание). Датчик можно перевешивать с коровы на корову неограниченное число раз; число датчиков, приходящихся на один приемник «Ovi-bovi», практически не ограничено. Информация об активности коров передается каждым датчиком раз в 20 минут на расстояние до двух, а при благоприятных условиях до 5 км и более (фактическая дальность зависит от высоты установки приемной антенны, рельефа местности и других факторов).

Следует отметить, что данные датчики являются противоударными, влагостойким и имеют широкий диапазон работы по температурному режиму.

Кроме фактических характеристик, следует отметить, что датчики половой охоты «Ovi-bovi» – целиком белорусская разработка, что особенно актуально в условиях и режиме работы с учетом введенных в стране санкций со стороны Европейских компаний.

ЛИТЕРАТУРА

1. Датчики активности коров «Ovi-bovi» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ovi-bovi.com/ru/cow-activity-monitoring.html> / . – Дата доступа: 02.02.2023.

УДК 637.5:339.564(476.6)

АНАЛИЗ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «ГРОДНЕНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»

Урбанович Е. Н. – студент

Научный руководитель – Грибов А. В.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Внешнеэкономическая деятельность на ОАО «Гродненский мясокомбинат» рассматривается как комплексный процесс с выделением двух важнейших направлений – экспортного и импортного.

Экспортное направление внешнеэкономической деятельности на ОАО «Гродненский мясокомбинат» является стратегическим и неотъемлемой частью функционирования предприятия. Основными видами продукции, реализуемыми за пределы Республики Беларусь в 2021 г., являлись говядина, готовые колбасные изделия и копчености, говядина жилованная блочная, субпродукты говяжьи и свиные, свинина на кости, жиры топленые, полуфабрикаты из свинины и говядины, кости говяжьи, кишсырье, шкуры крупного рогатого скота. Объем экспорта за 2021 г. в стоимостном выражении составил 75,5 млн. долл. США, темп роста 145,3 % к аналогичному периоду прошлого года (таблица).

Таблица – Структура экспорта ОАО «Гродненский мясокомбинат»

Наименование продукции	План отгрузки на 2022 г.		Факт отгрузки за 2021 г.	
	т	тыс. долл. США	т	тыс. долл. США
Говядина	7634	33 111,5	7543,2	28 007,5
Свинина	-	-	711,6	1325,6
Колбасные изделия	8126	29 240,5	8074,1	27 615
Говядина блочная	510	2045	409,7	1875
Жир говяжий топленый	576	1006,4	704,3	1244,4
Жир свиной топленый	12	9,6	16,8	13
Субпродукты говяжьи	335	676,5	923,1	1489,7
Субпродукты свиные	35	25,5	287,3	154,3
Эндокрины	25	2,5	145,6	169,3
Отруба говяжьи	2700	15 765	36 974,8	16 864,6
Полуфабрикаты мороженные	25	333	33,4	323,2
Кость говяжья	657	627	648	555,7
Шкуры крупного рогатого скота	-	-	215,1	145,3
Кишсырье	78	60	121,4	68,8
Корм для животных	-	-	0,05	0,01
Прочая продукция	6	2,2	5,7	1,9

Примечание – Составлено автором на основании источника [1]

Следует отметить, что темп роста объема отгруженной на экспорт продукции в натуральном выражении в 2021 г. составил 125,7 %.

Основные группы товаров, за счет которых увеличен темп роста продукции в натуральном выражении на экспорт являются: говядина на кости – 282,1 %, колбасные изделия и копчености – 132,8 %, кости крупного рогатого скота – 254,5 %, отруба – 110,3 %. Удельный вес экспорта в объеме промышленного производства за 2021 г. составил 39,5 %.

Импортная деятельность, в свою очередь, охватывает в себя снабжение производства необходимым мясным сырьем, отдельными видами пряностей и другими элементами, используемыми в технологическом процессе при производстве готовой продукции, что позволяет производить продукцию высокого качества и снижать себестоимость изготавливаемой продукции.

Объем импорта продукции за 2021 г. составил 34,5 млн. долл. США, темп роста – 165,5 % к 2020 г., внешнеторговое сальдо – +40,1 млн. долл. США.

В связи с прогнозируемым недостатком сырья для производства колбасных изделий и полуфабрикатов предприятие намеревается продолжить работу по закупке импортного сырья. Объем импорта продукции на 2022 г. прогнозируется на уровне 25,6 млн. долл. США, темп роста – 110 % к 2021 г., положительное сальдо внешней торговли товарами в 2022 г. планируется в размере 31,8 млн. долл. США. Анализ показателей внешнеэкономической деятельности ОАО «Гродненский мясокомбинат» свидетельствует о том, что в организации имеется положительная тенденция роста экспорта.

Ключевыми рынками реализации продукции ОАО «Гродненский мясокомбинат» являются Российская Федерация – 49 %, КНР – 0,25 %, Узбекистан – 17 %. Помимо вышеперечисленных государств, в 2021 г. продукцию предприятие экспортировало в Азербайджан, Грузию, Армению, Казахстан, Кыргызстан, Вьетнам, Малайзию.

Главным направлением формирования внешнеэкономической деятельности в соответствии со стратегическими целями предприятия на перспективу является диверсификация рынков сбыта. В 2022-2025 гг. ОАО «Гродненский мясокомбинат» намеревается увеличить географию поставок в страны Африки, Иорданию, ОАЭ, Таджикистан, Египет и др.

ЛИТЕРАТУРА

1. Годовые отчеты ОАО «Гродненский мясокомбинат» за 2020-2021 гг.

УДК 637.5:339.137.2(476.6)

КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА ОАО «ГРОДНЕНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ» НА ВНУТРЕННЕМ РЫНКЕ

Урбанович Е. Н. – студент

Научный руководитель – Грибов А. В.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Рынок мяса представляет собой совокупность нескольких рынков, различные виды мяса являются товарами-субститутами, и это определяет конкуренцию между их производителями, а также взаимозависимость тенденций, характеризующих состояние отдельных рынков [1].

Главными конкурентами ОАО «Гродненский мясокомбинат» на внутреннем рынке являются крупные мясоперерабатывающие предприятия Республики Беларусь, продукция которых, как и продукция комбината, представлена во всех регионах республики. В отрасли работает около 23 мясоперерабатывающих предприятий, которые расположены: Брестская область – 4 предприятия, Витебская – 4, Гомельская – 5, Гродненская – 4, Минская – 4 и Могилевская область – 2 предприятия.

В настоящее время происходит усиление конкуренции на рынке в силу преимущества высокого уровня насыщения национального рынка мясными продуктами. Основными конкурентами ОАО «Гродненский мясокомбинат» на белорусском рынке являются: ОАО «Брестский мясокомбинат», ОАО «Волковысский мясокомбинат», ОАО «Слонимский мясокомбинат», ОАО «Березовский мясоконсервный комбинат» и др. Объемы производства основных видов продукции отдельных мясокомбинатов за 2020-2021 гг. представлены в таблице.

Таблица – Объемы производства основных видов продукции отдельных мясокомбинатов за 2020-2021 гг.

Город	Мясо и субпродукты всего, т		Колбасные изделия, т		Полуфабрикаты, т	
	2021 г.	2020 г.	2021 г.	2020 г.	2021 г.	2020 г.
1	2	3	4	5	6	7
ОАО «Брестский мясокомбинат»	31 798	29 507	67 830	59 151	16 290	14 435
ОАО «Борисовский мясокомбинат»	14 222	12 299	35 075	31 776	2097	3337
ОАО «Витебский мясокомбинат»	10 065	14 044	17 091	15 374	2574	1689
ОАО «Волковысский мясокомбинат»	28 152	28 456	14 824	14 794	3017	3370
ОАО «Гродненский мясокомбинат»	41 500	41 559	15 309	12 827	7961	7377
ОАО «Могилевский мясокомбинат»	16 349	15 765	6331	8389	4166	3614
ОАО «Слонимский мясокомбинат»	31 310	29 312	5879	7989	5323	4468
ОАО «Березовский мясоконсервный комбинат»	3065	29 512	7126	6008	5394	2810

Продолжение таблицы

1	2	3	4	5	6	7
ОАО «Гомельский мясокомбинат»	11 455	12 796	6330	5950	7779	6699
ОАО «Ошмянский мясокомбинат»	15123	15 456	3456	3754	3903	3124

Примечание – Составлено автором на основании источника [2]

В 2022 г. центром управленческих решений маркетингового агентства «Sarmont» была проведена фокус-групповая дискуссия, в которой было выявлено, что ОАО «Гродненский мясокомбинат» лидирует среди прочих мясокомбинатов республики по аспектам «Лучший ассортимент», «Лучшее качество», «Лучшая упаковка». В то же время по аспектам «Лучший вкус» и «Лучшая цена», которые являются весьма значительными для принятия решения о покупке, обладает в сопоставимых оценках ОАО «Брестский мясокомбинат» [3].

Преимущественно широкий выбор продукции ОАО «Гродненский мясокомбинат» предлагают торговые сети «Корона» и «Простор». При том, что по комплексной оценке вкуса, продукция предприятия оценивается выше конкурентов. Продукция ОАО «Брестский мясокомбинат» немного уступает ОАО «Гродненский мясокомбинат» по качеству, однако содержит больше добавок и при этом дешевле (порядка 20 %). Несмотря на существующее предпочтение, потребители склонны приобретать аналогичные продукты иных комбинатов при разнице в цене от 10 % и более.

Фирменная торговля позволяет конечному покупателю познакомиться и дает возможность приобрести весь ассортимент выпускаемой продукции. Когда потребитель знаком со всем перечнем продукции, а также информирован об уникальных свойствах продукта, он может сделать выбор среди обилия предлагаемых торговых марок и отдать предпочтение бренду.

Выдержать жесткую конкурентную борьбу ОАО «Гродненский мясокомбинат» сможет исключительно в условиях непрерывного контроля качества продукции, разработки и производства нового перечня товаров, проведения взвешенной стоимостной политики, маркетинговой стратегии, создания личной товаропроводящей сети.

ЛИТЕРАТУРА

1. Грибов, А. В. Роль и место говядины в формировании национального рынка мяса и мясопродуктов / А. В. Грибов // Вестник БГСХА. – 2015. – № 1. – С. 22-25.
2. Промышленность Республики Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/bd1/bd1b74f3b6b391e21f6a197487c1a1f7.pdf>. – Дата доступа: 25.01.2023.
3. Центр управленческих решений SARMONT [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sarmont.by/gk/centr-upravlencheskikh-resheniy-sarmont/>. – Дата доступа: 25.01.2023.

МЕСТО ЭКОТRENДА В БОРЬБЕ С ПРОБЛЕМОЙ ОТХОДОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Федорова Н. С. – студент,

Фань Вэй – магистрант

Научный руководитель – **Гораева Т. Ю.**

Белорусский государственный университет

г. Минск, Республика Беларусь

Проблема загрязнения окружающей среды остро стоит в современном мире. Поступление в природную среду промышленных и бытовых отходов является одним из главных источников ее загрязнения в Республике Беларусь.

Расширение производства ведет к росту создаваемых и потребляемых обществом благ и, как следствие, к увеличению объемов отходов. Основная проблема состоит в том, что рост уровня отходов в Республике Беларусь опережает экономико-технологические возможности по их переработке.

Образующиеся на территории Республики Беларусь твердые отходы можно разделить на две группы:

1. Бытовые отходы (непригодные для дальнейшего использования предметы быта, пищевые продукты и товары, потерявшие свои потребительские свойства);

2. Промышленные отходы (остатки/неиспользуемые побочные продукты, возникающие в процессе производства).

Ежегодно в Беларуси образуется около 62 тыс. т отходов производства в год, а всего 15 лет назад этот показатель был почти в два раза меньше (рисунок).

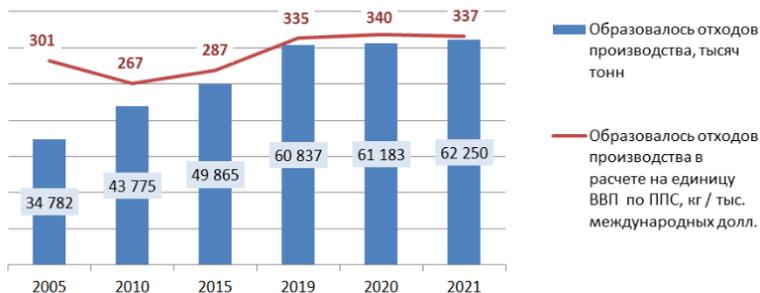


Рисунок – Образование отходов производства в Республике Беларусь [1]

Основным способом утилизации отходов является их захоронение на полигонах, что ведет к загрязнению окружающей среды и систематическому изъятию из оборота земельных ресурсов. К сожалению, использование отходов производства не так велико, как хотелось бы. Уровень использования твердых коммунальных отходов (ТКО) последние 5 лет изменялся незначительно, а уровень использования отходов производства постепенно возрастал.

Увеличение использования отходов связано с принятием в Беларуси политики «зеленого роста», которая подразумевает стимулирование экономического роста и развития в условиях обеспечения сохранности природной среды. Положения, связанные с «зеленой» экономикой, отражены в Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021-2025 гг., а также в Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2035 года. Это направление также заинтересовало некоторые западные компании. Среди них шведская компания VireoEnergy, швейцарская компания TDF Ecotech AG, австрийская Strabag и немецкая компания Remondis, однако их деятельность ограничена несколькими небольшими городами [2].

Решение проблемы загрязнения окружающей среды может быть представлено рациональным природопользованием, т. е. гармонизацией взаимодействия общества и природной среды и рационализацией использования природно-ресурсного потенциала. В широких массах это также может трактоваться как осознанное потребление, т. е. разумное использование природных ресурсов.

Осознанное потребление основывается на правиле четырех R: refuse, reduce, reuse, recycle. В переводе оно означает: откажись, снизь потребление, используй повторно, переработай. Это основа грамотной переработки мусора и экологичного потребления всего, что нас окружает: одежды, воды, продуктов питания [3].

Осознанное потребление позволяет решить две основные задачи: грамотное распределение ресурсов (со стороны производства) и рациональное поведение (со стороны потребления), что в последствии и решает проблему увеличения отходов и загрязнения природной среды ответственно.

Правильная технология распределения ресурсов позволит сократить уровень отходов, не используемых повторно или же не перерабатываемых правильным образом с минимальным вредом для окружающей среды. С рациональным поведением потребителей дело обстоит немного сложнее. Вопреки классическим представлениям, потребитель не имеет в себе рациональной основы. Купленные «ненужные» продукты, которые потом лежат неделями и выбрасываются просто из-

за истечения срока годности, выброшенная одежда, которая вполне себе еще пригодна для использования – все это идет на свалки и с годами накапливается в огромные горы мусора, что несет ущерб для природы.

На сегодняшний день благодаря сети Интернет набирают популярность так называемые «eco-startupideas» (проекты, пропагандирующие осознанное потребление). Целевой аудиторией этих проектов стали люди поколения Z (родившиеся в 1997-2012 гг.). На данный момент особенно популярными стали идеи консьюмеризма – направление по защите потребительских прав, апсайклинга – придания вещам «второй жизни» без химического воздействия (кастомизация), фрисайклинга – т. н. «идея секонд-хендов», идея нулевых отходов – модернизация производства с целью повторного использования отходов в производстве. И все эти идеи приносят свой вклад в решение проблемы загрязнения окружающей среды бытовыми отходами [5]. Последние годы в Республике Беларусь проходит масштабный конкурс бизнес-идей с сфере экологии «Belarus GreenAwards», который позволяет неравнодушным к природе людям продвигать свои идеи в массы.

Таким образом, стоящая для Беларуси проблема загрязнения природной среды отходами деятельности человека не является безнадежной. «Экотренд» постепенно начинает закрепляться на белорусских рынках, и современное развитие технологий, коммуникации и науки позволяет продвигаться идеям рационального природопользования (осознанного потребления), где каждый человек вносит свой вклад в сохранение природы, что увеличивает экологическую и ресурсную эффективность экономики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь // Образование отходов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/okruzhayushchaya-sreda/sovместnaya-sistema-ekologicheskoi-informatsii2/i-othody/i-1-obrazovanie-othodov/>. – Дата доступа: 08.02.2023.
2. Завгородняя, А. С. Культура осознанного потребления / А. С. Завгородняя // Цифровая наука. – 2022. – № 2. – С. 33-40.
3. Проблемы экологии // Экологические проблемы Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vyvoz.org/blog/ekologicheskie-problemy-belarusi/>. – Дата доступа: 07.02.2023.
4. Дорошкевич, И. Н. Основные подходы к экологизации экономики / И. Н. Дорошкевич // Сельское хозяйство – проблемы и перспективы: сборник научных трудов. – Гродно: ГГАУ, 2022. – Т. 58: Экономика (Вопросы аграрной экономики). – С. 80-90.

УДК 633.1(476.6)

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНА В УО СПК «ПУТРИШКИ» ГРОДНЕНСКОГО РАЙОНА

Филон А. В. – студент

Научный руководитель – **Высокоморный В. И.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь.

Анализ уровня производства зерна в УО СПК «Путришки» показывает, что в хозяйстве в 2021 г. снизилась урожайность культуры, но получен высокий уровень рентабельности. Однако, чтобы выявить влияние различных факторов производства на конечные результаты труда, проведем оценку группировки данных по уровню рентабельности.

Таблица – Группировка хозяйств Гродненского, Волковысского и Берестовицкого районов по уровню рентабельности зерна за 2021 г.

Параметр	Номер исследовательской группы			гр. № 3 к гр. № 1 в %
	1	2	3	
Интервал, %	До 13,2	13,2-35,5	Свыше 35,5	
Кол-во хозяйств, хоз.	8	9	11	137,5
Урожайность, ц/га	41,3	38,8	54,4	131,7
Площадь посева, га	2413	1871	2124	88,0
Валовой сбор, т	9963	7268	11550	115,9
Затраты труда на 1 т, чел.-ч/т	3,74	3,64	3,18	85,0
Себестоимость 1 т, руб.	343,3	301,4	279,8	81,5
Реализационная себестоимость, руб./т	356,4	304,5	291,3	81,7
Цена реализации 1 т, руб.	372,2	376,6	420,1	112,9
Прибыль на 1 т, руб.	15,8	72,1	128,8	815,2
Уровень рентабельности, %	4,4	23,7	44,2	39,8

УО СПК «Путришки» расположен в группе № 3 с рентабельностью в 42,7 % и интервалом свыше 35,5 %.

В ходе представленного исследования видно, что наилучший средний показатель урожайности приходится на группу № 3 с уровнем в 54,4 ц/га, за счет чего предприятия получили средний наибольший валовой сбор, несмотря на среднюю по объему площадь посева.

В хозяйствах с наилучшей урожайностью получен наименьший уровень трудоемкости производства 1 т зерна в 3,18 чел.-ч/т, что указывает на то, что высокий результат деятельности можно получить только при эффективной системе организации труда. Также наименьший уровень урожайности привели к тому, что в хозяйствах группы № 1 получен наивысший результат себестоимости производства зерна в 343,3 руб./т, что выше уровня группы № 3 с лучшим выходом продукции на 63,5 руб./т.

Дополнительное исследование показывает, что на эффективность производства зерна также влияет рациональная система сбыта и структура посевов. Наибольшая цена реализации 420,1 руб./т в группе № 3. Наилучший уровень рентабельности приходится на СПК имени И. П. Сенько (57,9 %).

С учетом проведенного анализа группировки в направлении изучения эффективности производства выявлено, что в группе с наивысшей урожайностью получена низкая себестоимость производства и высокий уровень рентабельности. Это значит, что развитию отрасли зернопроизводства на перспективу способствует наращивание урожайности культуры.

В ходе выявленных закономерностей анализа группировки было выявлено, что при росте урожайности растет резульативный фактор. Анализ уравнения прямой зависимости имеет вид:

$$Y = 5,0173 + 0,4593 * X.$$

Данная взаимосвязь показывает, что наращивание уровня эффективности производства зерна должно осуществляться за счет ряда других направлений деятельности:

- следует улучшать процесс производственной деятельности для улучшения уровня организации труда;
- наращивание урожайности должно проводиться с учетом рациональной системы затрат при снижении общей себестоимости;
- необходимо искать резервы производства, позволяющие нарастить объем валовой продукции.

Таким образом, в ходе проведенного исследования можно подытожить, что УО СПК «Путришки» работает над различными направлениями производства зерна, за счет которых в кооперативе, несмотря на снижение урожайности, отмечен высокий уровень рентабельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Игошин, А. Н. Экономическая эффективность производства зерна: понятие, критерии, показатели / А. Н. Игошин // Вестник НГИЭИ. – 2017. – № 1 (2). – С. 118.
2. Огородников, П. И. Пути формирования эффективного потенциала предприятий переработки продукции отрасли растениеводства / П. И. Огородников // Бухгалтерский учет, анализ и аудит. – 2020. – № 6. – С. 13-19.

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ И ЕГО РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Хватова Н. С. – магистрант

Научный руководитель – **Фурс М. В.**

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
г. Гродно, Республика Беларусь

В процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности руководству многих организаций (коммерческих и некоммерческих) необходимо решать вопросы, связанные с оптимизацией и повышением эффективности использования различных ресурсов (материальных, финансовых, трудовых).

Использование системы бюджетирования в организации позволяет:

- прогнозировать и определять реальные цели и задачи;
- использовать различные методы (моделирования, аналитических и др.), просчитывать экономические последствия в результате отклонения от плановых показателей и принимать необходимые управленческие решения;
- координировать работу структурных подразделений для достижения заданных целей;
- повышать качество управления организацией в результате своевременного анализа фактических показателей от плановых.

Основные фазы бюджетирования:

- планирование – включает сбор и обработку информации для составления плана, разработку направлений и прогнозных показателей деятельности организации;
- реализация – содержит набор действий, необходимый для достижения поставленных задач. Важными элементами фазы являются анализ и контроль, которые позволяют выявить и скорректировать отклонения. Все подразделения организации оказывают влияние на реализацию заданных целей;
- завершение – подведение итогов деятельности по результатам реализации первых двух этапов, анализ эффективности деятельности организации в результате сравнения фактических и плановых показателей, подготовка информации для планирования на следующий период.

При анализе фактических затрат от плановых выделяют 4 уровня:

- нулевой уровень. Выявляются положительные или отрицательные отклонения в результате сравнения фактических и плановых затрат;
- на первом уровне определяются причины, вызвавшие отклонение

(например, изменение затрат, объема затрат и др.);

- на втором уровне рассчитывается отклонение (например, в цене реализации и отличие фактической цены от прогнозной);

- на третьем уровне рассчитывается отклонение фактического и планового объема использованных ресурсов.

Бюджетирование не является универсальным инструментом способным решить все задачи управления, возникающие в процессе финансово-хозяйственной деятельности организации. Основные достоинства и недостатки бюджетирования структурированы в таблицу.

Таблица – Основные достоинства и недостатки бюджетирования

Достоинства	Недостатки
Оперативное получение достоверной информации о текущей ситуации	Автоматизированные системы бюджетирования достаточно сложные и дорогие
Координация работы всей организации в достижении заданных целей	Необходимо подготовить персонал для работы в системе бюджетирования
Оптимизация ресурсов организации	Сложность в адаптации бюджетов под каждую задачу и организацию
Позволяет сравнивать планируемые и достигнутые результаты	Не существует типовой технологии бюджетирования, применимой в любой организации
Положительная мотивация коллектива	Сложность внедрения в действующую систему учета организации
Позволяет снизить непредвиденные расходы	Трудно сбалансировать достижение целей и мотивацию персонала
Координирует стратегическое и оперативное планирование	Нежелательно корректировать бюджеты в процессе их реализации

Примечание – Источник: собственная разработка автора на основании литературных источников.

Таким образом, основное назначение бюджетного планирования – экономия всех видов ресурсов, увеличение оперативности управленческой работы, расчет обоснованных и реальных к достижению плановых показателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бельчина, Е. М. Финансы организации: учебное пособие / Е. М. Бельчина. – Минск: БГАТУ, 2018. – 304 с.
2. Бесценная, Е. Ф. Развитие инструментария управленческого учета в многопрофильных коммерческих структурах / Е. Ф. Бесценная // Все для бухгалтера. – 2014. – № 4(280). – 33 с.
3. Ивченко, Н. С. Бюджетирование как инструмент финансового планирования на предприятии: учеб. пособие для вузов / Н. С. Ивченко. – М.: ИНФА, 2017. – 301 с.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ В КОНТЕКСТЕ ОСНОВНЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ФУНКЦИЙ

Хватова Н. С. – магистрант

Научный руководитель – Фурс М. В.

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
г. Гродно, Республика Беларусь

Бюджетирование как процедура составления и принятия бюджетов, является элементом системы финансового управления, предназначена для оптимального распределения ресурсов хозяйствующего субъекта во времени [1].

Бюджетирование является одним из инструментов управленческого учета, его функции взаимосвязаны с функциями управленческого учета. Взаимосвязь функций бюджетирования и функций управления изображена на рисунке.

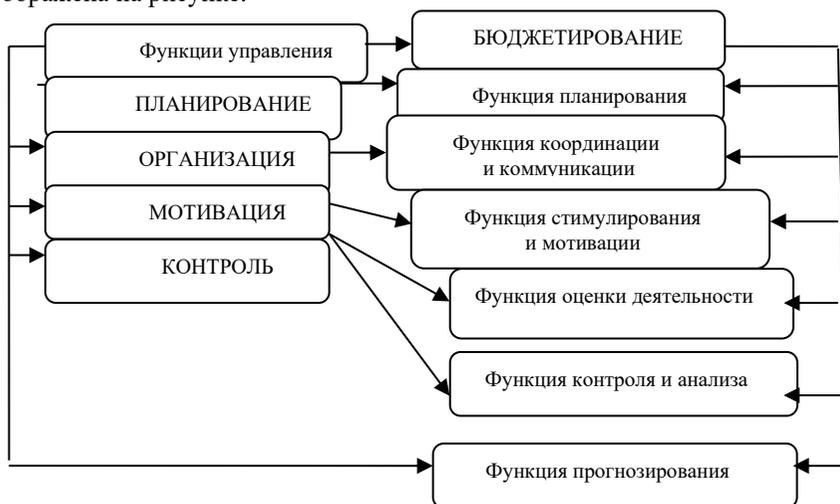


Рисунок – Взаимосвязь функций бюджетирования и функций управления

Примечание – Источник: собственная разработка на основании анализа литературных источников

Рисунок отображает непрерывность бюджетного процесса на основе бюджетирования. Преимущества бюджетного метода в практике управления сконцентрировано в функциях бюджетирования:

- планирование (тактическое и стратегическое) способствует

контролю за деятельностью организации в текущем моменте;

- оптимизация, распределение и использование ресурсов возможно на основе интегрированного бюджета;
- объективная оценка деятельности организации и отдельных структурных подразделений возможна на основе анализа показателей бюджета текущего и прошлого периода, позволяет учесть возможности и минимизировать угрозы;
- координация деятельности различных подразделений организации для достижения плановых показателей, анализ текущих и плановых показателей указывает куда необходимо сконцентрировать внимание.

Основными факторами, влияющими на процесс внедрения и практического применения бюджетирования, являются: численность работников организации; политика ценообразования; располагаемые ресурсы; стабильность отрасли; сезонные колебания; соответствие услуг и продуктов современным технологиям; необходимость в финансовых ресурсах (собственных и заемных); уровень технологии; разработка и внедрение нового товара или услуги; факторы внешней среды: клиенты и их предпочтения, рынок и его сегментация, доля рынка, экономические и политические условия и другие; факторы внутренней среды: масштаб организации, особенность функционирования (место расположения, используемая технология, организация процесса производства товаров или услуг, заинтересованность персонала и др.).

На выбор финансовой модели бюджетирования влияют следующие факторы: стратегическое развитие организации; временной период бюджета; системы учета (бухгалтерского, управленческого и др.); наличие ограничений и лимитов; цель разработки и внедрения финансовой модели; существующая бюджетная система в организации, в т. ч. организационная структура и реализуемые бизнес-процессы в организации, финансовая модель бюджетирования.

Вывод: бюджетирование – управленческая технология финансового планирования, позволяет контролировать и анализировать планируемые и достигнутые финансовые показатели. Одной из главных функций бюджетирования является прогнозирование (финансового состояния, ресурсов, доходов и затрат). Именно этим бюджетирование и ценно для принятия управленческих решений [3].

ЛИТЕРАТУРА

1. Бельчина, Е. М. Финансы организации: учебное пособие / Е. М. Бельчина. – Минск: БГАТУ, 2018. – 304 с.
2. Бесценная, Е. Ф. Развитие инструментария управленческого учета в многопрофильных коммерческих структурах / Е. Ф. Бесценная // Все для бухгалтера. – 2014. – № 4(280) – 33 с.
3. Ивченко, Н. С. Бюджетирование как инструмент финансового планирования на предприятии: учеб. пособие для вузов / Н. С. Ивченко. – М.: ИНФА, 2017. – 301 с.

МЕТОДЫ УВЕЛИЧЕНИЯ КОНВЕРСИИ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Ходус У. А. – студент

Научный руководитель – Леванов С. Ю.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Для эффективной работы интернет-магазинов и сайтов нам необходимо изучить современные методы увеличения конверсии в электронной коммерции.

На данный момент интернетом пользуются многие люди, и каждый день все больше компаний рассматривают интернет как удобную среду для ведения бизнеса, поднятия имиджа фирмы и продажи товаров и услуг в онлайн-магазинах или для рекламы своих товаров и услуг [2].

В сфере онлайн-бизнеса существует такой показатель как конверсия в интернет-маркетинге – это отношение числа посетителей сайта, выполнивших на нем какие-то целевые действия (скрытые или прямые указания рекламодателей, продавцов, создателей контента – покупку, регистрацию, подписку, посещение определенной страницы сайта, переход по рекламной ссылке), к общему числу посетителей сайта [1].

Самый простой способ оптимизировать конверсию в интернет-магазине – улучшить сервис в точке взаимодействия с клиентом, чтобы облегчить ему жизнь.



Внешние факторы:

- рекламные каналы приводят на сайт мало посетителей (низкий показатель трафика);
- на сайт приходит нецелевая аудитория: пользователи не хотят взаимодействовать с сайтом и немедленно покидают его (высокий показатель отказов).

Внутренние факторы:

- юзабилити: удобство ресурса (функционал, навигация и т. д.);

- контент: актуальная, полезная информация (тексты, изображения);
- дизайн: оформление сайта;
- техническое состояние: корректная работа всех элементов сайта (ссылок, кнопок и т. д.), скорость загрузки ресурса.

Среди множества методов увеличения конверсии можно выделить следующие наиболее существенные:

- с первых строк сообщать уникальное торговое предложение, почему сотрудничать именно с этим сайтом;
- четкое соответствие сайта определенным показателям конверсии;
- улучшение контента (текст, изображения, видео-ролики и т. д.), идущего в разрез с заданными показателями конверсии;
- улучшение удобства сайта для уменьшения барьеров на пути к необходимой конверсии;
- грамотное построение навигации по сайту, чтобы пользователь не затрачивал лишних усилий на размышления, куда нажать;
- формирование облика надежности и доверия путем размещения на сайте логотипов сторонних организаций с хорошей репутацией, а также хорошим дизайном самого сайта;
- на каждой странице сайта размещать простой призыв к действию в виде текста, изображения, кнопки, формы обратной связи и т. д.;
- размещать на страницах сайта информацию, доказывающую надежность и качество предоставляемых услуг: отзывы пользователей, сертификация товаров, фотографии как изготавливается товар, как оказываются услуги.

Таким образом, если учесть вышеперечисленное, то можно повысить показатель конверсии на сайтах. Качественные сайты, оптимизированные под электронную коммерцию, имеют высокую посещаемость и конверсию. Изучив целевую аудиторию и ее интересы, проводя тесты и акции, публикуя интересные и познавательные статьи, можно увидеть, как целевой трафик со временем перетечет в потенциальных клиентов и партнеров. Изучив рынок и электронную коммерцию других стран, Беларусь сможет продвигать себя по всему миру.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дорощкевич, И. Н. Концепция Шета-Ньюмана-Гросса в отношении лекарственных растений / И. Н. Дорощкевич // «Современные технологии сельскохозяйственного производства»: материалы XVIII Международной научно-практич. конф., – Гродно, 2015. – С. 39-40.
2. Леванов, С. Ю. Юрико-управленческая составляющая профессиональных компетенций специалистов / С. Ю. Леванов, И. Н. Дорощкевич // Перспективы развития высшей школы: материалы XIII междуна. науч.-метод. конф. / редкол. В. К. Пестис [и др.]. – Гродно: ГГАУ, 2020. – С. 306-309.

МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: СПЕЦИФИКА ПРИМЕНЕНИЯ

Цырульник Е. С. – студент

Научный руководитель – **Леванов С. Ю.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Маркетологи помогают новым брендам стать более узнаваемыми и пользующимися повышенным спросом и привлекают новых клиентов и повышают количество продаж товаров и услуг. Самым действенным способом «раскрутить» бренд является его продвижение в социальных сетях. В данной статье рассмотрим наиболее действенные методы ведения аккаунтов и эффективные варианты продвижения в интернете.

Современные бренды становятся более узнаваемыми среди различных слоев населения благодаря работе маркетологов в социальных сетях. Сетевой маркетинг обязателен для внедрения там, где речь идет о высоких продажах и известности. Любая уважающая себя компания обязательно задействует интернет-платформы для распространения информации о продаваемых товарах и услугах по всему миру и обязательно выиграет от этого. Каждая платформа имеет свои нюансы, поэтому маркетологи должны хорошо ориентироваться и планировать наиболее выгодные для бренда варианты презентации товара на каждой конкретной интернет-площадке [1].

Лидером среди пользователей глобальной сети являются социальные сети. Мы используем их для общения с родными, друзьями, по рабочим вопросам. Сегодня, пожалуй, каждый второй ученик начальной школы знает Instagram, Facebook и Twitter. Самой популярной сетью является Facebook (около 3 млрд. пользователей). Немного меньше у Instagram и Twitter. Такие сайты позволяют налаживать как личные, так и деловые отношения.

Маркетинг в социальных сетях способствует росту узнаваемости бренда, повышению доступности бренда для клиентов [4].

Первое, на что должен ориентироваться маркетолог, – это целевая аудитория. Это поможет создать соответствующую рекламу и наполнить контент информацией согласно возрасту, предпочтениям и интересам пользователей сети.

Социальные маркетологи работают в интернете под определенную аудиторию, внедряя свой бренд в повседневную жизнь пользователей той или иной сети. Компания становится известной и востребованной среди конкретной публики, она приобретает гораздо больше

потенциальных клиентов, что, соответственно, повышает продажи и увеличивает доход данной компании.

Грамотный маркетолог не может ограничиться подбором целевой аудитории. Он будет тщательно планировать работу по наполнению контента и налаживанию взаимодействия с подписчиками. Работа социального маркетолога требует также постоянного отслеживания и анализа ситуации, спроса, уровня продаж и так далее. Большие деньги он вложит в рекламу и будет все время работать над тем, чтобы «быть еще более полезным» своему бренду. Методичное сочетание в работе всех перечисленных выше стратегий и поможет маркетологу выполнять свою работу результативно.

Маркетинговые задачи выполняются благодаря использованию следующих возможностей социальных сетей [2], [3]:

- использование рекламы точно (т. е. под конкретную аудиторию по заданным критериям (пол, возраст, интересы и так далее);

- скрытая реклама в форме ненавязчивых советов, рекомендаций «из личного опыта»;

- активное взаимодействие с потенциальными клиентами.

Возможности социальных сетей для эффективной рекламы и продаж сегодня огромны, поскольку, пожалуй, более половины населения Земли имеют аккаунт хотя бы в одной сети. Так, например, в 2021 г. пользователи интернета потратили около 1,5 млрд. долл. США на только покупки в интернет-магазинах. Люди покупают товары не только через интернет, но и в розничной сети.

Продвижению товаров способствуют такие сети, как Instagram, ВКонтакте, Одноклассники, Facebook, которые являются благодатной почвой для развития бизнеса.

Таким образом, социальный маркетинг – это актуальный и перспективный способ продвижения товаров и услуг посредством использования всех доступных каналов (блогов, форумов, социальных сетей) для повышения объема продаж. Умелая работа маркетологов в социальных медиа позволяет повысить просмотры сайта бренда, познакомить пользователя со своими товарами и услугами, и привлечь внимание к деятельности компании.

ЛИТЕРАТУРА

1. Виды социальных сетей: классификация и представители [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://darksiteofmarketing.com/stati/vidy-socialnyh-setei-klassifikacija-i-predstaviteli.html>. – Дата доступа: 29.01.2023.
2. Касумова, А. Л. Маркетинг в социальных сетях: особенности применения / А. Л. Касумова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2022. – № 1 (396). – С. 124-128. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/396/87555/>. – Дата доступа: 01.02.2023.

3. Маркетинг в социальных сетях [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ardma.net/marketing/internet-marketing/social-media-marketing/>. — Дата доступа: 01.02.2023.
4. Tsebro, T. V. The development of the domestic organic market in the Republic of Belarus / T. V. Tsebro, I. N. Darashkevich // German International Journal Of Modern Science. – 2021. – № 7-2. – P. 27-31.

УДК 330.102

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В ООО «ДЕРГАЧЕВСКИЙ ЭЛЕВАТОР» ДЕРГАЧЕВСКОГО РАЙОНА САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Чебакова Т. А. – студент

Научный руководитель – **Пахомова Т. В.**

УО «Саратовский государственный университет генетики, биотехнологии и инженерии имени Н. И. Вавилова»

г. Саратов, Российская Федерация

Анализ финансовых результатов проводят как внешние пользователи бухгалтерской отчетности предприятия, так и внутренние пользователи данных бухгалтерского учета. При этом первыми интересуют динамика валовой и чистой прибыли, показатели рентабельности деятельности предприятия. Внутренние пользователи заинтересованы в получении информации о доходности отдельных отраслей, видов производимой продукции, в выявлении всевозможных факторов [1].

Таблица 1 – Анализ динамики финансовых результатов деятельности

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Отклонения 2021 г. от 2019 г.	
				(+/-)	%
Выручка	62 025	109 326	154 997	92 972	149,9
Себестоимость продаж	44 846	42 684	78 418	33 572	74,9
Валовая прибыль (убыток)	17 179	66 642	76 579	59 400	345,8
Прибыль (убыток) от продаж	17 179	66 642	76 579	59 400	345,8
Прочие доходы	4728	2036	21 877	17 149	362,7
Прочие расходы	45 386	4253	3747	-41 639	91,7
Прибыль (убыток) до налогообложения	-23 479	64 425	94 709	118 188	503,4
Прочие	-102	-1572	-5074	5176	50,7
Чистая прибыль (убыток)	-23 581	62 853	89 635	113 216	480,1

Годовая выручка за период 2021 г. Составляла 154 997 тыс. руб., что на 92 972 тыс. руб., или на 149,9 % больше, чем за 2019 г. Значение прибыли от продаж за 2021 г. составило 76 579 тыс. руб. За весь

анализируемый период отмечено очень сильное, в 4,5 раза, повышение финансового результата от продаж. Ниже на графике наглядно представлено изменение выручки и чистой прибыли ООО «Дергачевский элеватор» в течение всего анализируемого периода.

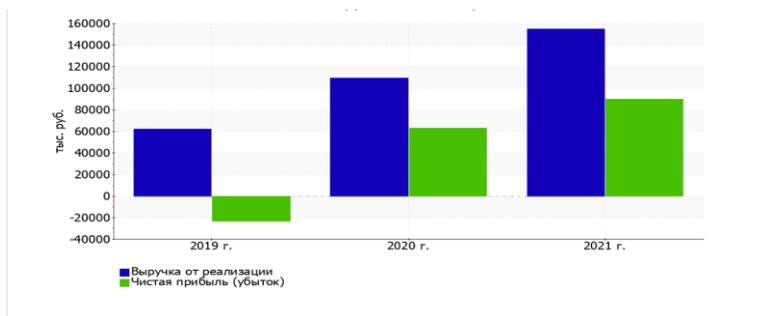


Рисунок – Динамика выручки и чистой прибыли, тыс. руб.

Для характеристики отдельных изменений явления внутри анализируемого отрезка времени рассчитываются показатели динамики:

Таблица2 – Показатели динамики чистой прибыли

Показатели	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Чистая прибыль, тыс. руб.	36 982	45 828	23 581	62 853	89 635
Абсолютный прирост, тыс. руб.:					
- цепной	-	8846	-22 247	39 272	26 782
- базисный	-	8866	-13 401	25 871	52 653
Темп роста, %:					
- цепной	-	123,9	51,5	266,5	142,6
- базисный	-	123,9	63,8	170	242,4
Темп прироста, %:					
- цепной	-	23,9	-48,5	166,5	42,6
- базисный	-	23,9	-36,2	70	142,4
Абсолютное значение 1 % прироста, тыс. руб.	-	369,82	458,28	235,81	628,53

Показатели динамики свидетельствуют о том, что чистая прибыль начала повышаться, начиная с 2021 г., абсолютные приросты и темпы прироста имеют положительный знак, а цепной темп роста больше 100 %. Это говорит о том, что с 2021 г. происходит рост чистой прибыли.

Для оценки основной тенденции применим метод аналитического выравнивания, а именно выравнивание по линейной функции: $y_t = a + bt$. После определения параметров линейная функция имеет вид:

$$y_t = 1,728 + 0,076t.$$

Параметр b называется среднегодовым ежегодным приростом,

характеризующим ежегодную скорость изменения анализируемого показателя. Следовательно, в ООО «Дергачевский элеватор» коэффициент окупаемости затрат имеет тенденцию к ежегодному росту в среднем на 0,076 пункта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Развитие сельского хозяйства Саратовской области за счет совершенствования инвестиционной политики / С. И. Ткачев [и др.] // Вестник Алтайской академии экономики и права, 2019. – № 12. – С. 155-161.
2. Магаленцева, В. С. Анализ финансовых результатов деятельности организации на примере предприятия аннинского района воронежской области / В. С. Магаленцева, Л. Н. Измайлова // Финансовый вестник, 2021 г. – № 1.

УДК 658(075.8)

ФАКТОРЫ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

Шавельский В. В., Гой М. А. – студенты

Научный руководитель – **Протасеня С. И.**

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
г. Гродно, Республика Беларусь

В условиях рыночных отношений успех в конкурентной борьбе и устойчивое финансовое состояние организации обусловлены снижением возможных затрат на производство и реализацию продукции. Снижение затрат, во-первых, является важнейшим источником увеличения средств, направляемых на расширение и техническое перевооружение производства, на разработку и внедрение новых видов продукции, источником социального обеспечения людей. Во-вторых, снижение себестоимости обеспечивает возможность уменьшения цен на продукцию, а это важное условие успешной конкурентной борьбы на рынке. В-третьих, снижение себестоимости уменьшает потребность организации в оборотных средствах, что позволяет организации увеличить расходы на производственные и социальные нужды [1, 2].

Мероприятия по снижению себестоимости продукции можно объединить в четыре группы.

Первая группа – снижение материальных затрат. Для этого необходимо:

- 1) оптимизировать материально-техническое снабжение и использование материальных ресурсов, что включает в себя уменьшение затрат на доставку сырья и материалов, уменьшение потерь от брака, внедрение материалосберегающих технологий, оптимизацию хранения запасов;

- 2) улучшить конструкции изделий и совершенствовать

технологии производства, провести изменение объема и структуры продукции, изменить номенклатуру и ассортимент производимой продукции;

3) снизить расходы на подготовку и освоение новых видов продукции и новых технологических процессов.

Вторая группа – снижение расходов на сбыт, что предусматривает оптимизацию каналов сбыта, совершенствование рекламной деятельности, внедрение системы оптовых скидок, снижение транспортных расходов на доставку продукции.

Третья группа – снижение расходов на оплату труда, что предполагает:

1) усовершенствование кадровой службы, что заключается в улучшении качества подбора персонала, расчете оптимальной численности персонала, улучшении системы мотивации персонала, проведении социальной политики;

2) повышение производительности труда. Заключается в пересмотре и установлении оптимальных норм выработки на одного рабочего, стимулировании и мотивации рабочих, улучшении материально-технической базы, автоматизации и компьютеризации производственных процессов, пересмотре зон обслуживания на одного работника.

Четвертая группа мероприятий тесно связана с уменьшением амортизационных отчислений. Для этого необходимо научно подойти к выбору метода начисления амортизации, а также снизить период внедрения новой техники [3, 4].

В зависимости от среды действия все факторы, определяющие уровень себестоимости продукции, разделяются на внешние и внутренние [2].

Внешние – факторы, которые определяются внешней макро- и микросредой организации. К ним относятся система государственного регулирования себестоимости, рыночные цены (тарифы) на покупные производственные ресурсы всех видов, природные и климатические условия, территориальная удаленность от источников сырья и потребителей продукции и др.

Внутренние – факторы, которые определяются внутренней средой организации. Они объединяются в три группы: технико-технологические (способствуют снижению себестоимости продукции на всех стадиях производственного процесса), организационные (связаны с организацией производства, труда и управления), социально-экономические (связаны с использованием и мотивацией труда персонала).

Таким образом, все группы факторов тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены, что предполагает необходимость их системного

комплексного использования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Головачев, А. С. Экономика организации (предприятия): учебное пособие / А. С. Головачев, Л. А. Лобан. – Минск: РИВШ, 2022. – 388 с.
2. Экономика организации (предприятия): учеб. пособие / Л. Н. Нехорошева [и др.]; под ред. Л. Н. Нехорошевой. – Минск: БГЭУ, 2020. – 687 с.
3. Грицай, А. В. Экономика организации (предприятия): учебно-методическое пособие / А. В. Грицай. – Минск: БГУИР, 2020. – 148 с.
4. Петрович, М. В. Экономика управления: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования / М. В. Петрович. – Минск: БГЭУ, 2019. – 428 с.

УДК 336.77.067.21

УРОВЕНЬ ВЛИЯНИЯ КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ НА ИЗМЕНЕНИЕ КОЭФФИЦИЕНТА ТЕКУЩЕЙ ЛИКВИДНОСТИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ АПК РЕГИОНА

Шафранская Е. А. – студент

Научный руководитель – **Гайдуков А. А.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Финансовую устойчивость любой организации определяет ее стабильное финансовое положение. Оно характеризуется превышением доходов над расходами, свободным и эффективным управлением денежными потоками, независимостью от кредиторов, низким риском банкротства. Для оценки уровня финансовой устойчивости в первую очередь применяются коэффициенты платежеспособности.

Анализ платежеспособности необходим не только предприятию с целью опенки и прогнозирования финансовой деятельности, но и для внешних инвесторов. Оценка платежеспособности внешними инвесторами осуществляется на основе характеристик ликвидности текущих активов, которая определяется временем, необходимым для превращения их в денежные средства [1, 2].

По нашему мнению, на платежеспособности организаций АПК различное влияние может оказывать сумма кредиторской задолженности. В связи с этим вызывает интерес определение количественного влияния данного фактора на коэффициент текущей ликвидности, характеризующий финансовое состояние.

Цель работы – провести сравнительный анализ влияния суммы задолженности по краткосрочным кредитам на коэффициент текущей ликвидности организаций АПК Горецкого района Могилевской области.

В процессе анализа использованы данные годовой бухгалтерской отчетности организаций АПК Горецкого района Могилевской области за 2020-2021 гг.

Организации АПК Горецкого района Могилевской области представлены: ОАО «Горецкая райагропромтехника», ОАО «Маслаки», ОАО «Горекое», КСУП «Коптевская нива», РУП «Учхоз БГСХА», КСУП «Овсянка им. И. И. Мельника», КСУП «Племзавод «Ленино», ЗАО «Горы». Данные организации являются самостоятельными предприятиями и во многом формируют финансовые результаты сельскохозяйственной отрасли региона.

В процессе анализа были использованы показатели краткосрочных активов, краткосрочных обязательств и задолженность по краткосрочным кредитам за 2020-2021 гг. по указанным организациям. Далее на основании фактических данных проведены расчеты по факторной модели:

$$K1_{2020} = \frac{КА}{(КО - КЗ) + КЗ'}$$

Где K1 – коэффициент текущей ликвидности;

КА – краткосрочные активы, тыс. руб.;

КО – краткосрочные обязательства, тыс. руб.;

КЗ – задолженность по кредитам, тыс. руб.

В качестве одного из факторов, формирующего краткосрочные обязательства, выделена краткосрочная кредиторская задолженность. Уровень ее влияния рассчитан по всем организациям района и представлен в таблице.

Таблица – Результаты факторного анализа коэффициента текущей ликвидности за 2020-2021 гг.

Организация	Изменение K1:		
	Всего	За счет КО	За счет КЗ
РУП «Учхоз БГСХА»	-0,35	+0,63	+0,13
ОАО «Горецкая райагропромтехника»	0	+0,09	-0,08
ОАО «Маслаки»	0	0	-0,02
КСУП «Овсянка им. И. И. Мельника»	0	+0,01	-0,01
КСУП «Племзавод «Ленино»	+0,14	+0,07	+0,02
ОАО «Горекое»	+0,05	+0,17	+0,04
ЗАО «Горы»	+0,03	+0,04	+0,02
ОАО «Коптевская нива»	+0,03	+0,32	-0,16

По результатам проведенного исследования можно сделать вывод о том, что кредиторская задолженность в различной степени влияет на платежеспособность организаций. В отдельных организациях при росте коэффициента текущей ликвидности за счет краткосрочных обязательств, кредиторская задолженность вызывает снижение показателя.

Обратной зависимости в организациях АПК региона не наблюдается.

ЛИТЕРАТУРА

1. Об утверждении Инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования [Электронный ресурс]: постановление М-ва финансов Респ. Беларусь и М-ва экономики Респ. Беларусь, 27 дек. 2011, № 140/206: в ред. постановления М-ва финансов Респ. Беларусь и М-ва экономики Респ. Беларусь от 04.11.2017 г., № 33/23 // Бизнес-инфо: аналит. правовая система / ООО «Профессиональные правовые системы». – Минск, 2022.
2. Финансовые результаты деятельности предприятия // Главная книга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://glavkniga.ru/situations/s504905>. – Дата доступа: 23.01.2023.

УДК 336.717.061

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕСТВОВАНИЯ КРЕДИТОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Шафранская Е. А. – студент

Научный руководитель – **Лабурдова И. П.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

В настоящее время в республике постепенно развиваются кредитная система, адекватная рыночным отношениям, и рынок ссудных капиталов. Вместе с тем в трансформационной экономике действуют факторы, тормозящие данные процессы, связанные с недостаточной разработанностью общей макроэкономической стратегии трансформации национальной экономики, незрелостью рыночных отношений, кризисом производства, инфляцией, отсутствием четких правовых основ рыночного механизма кредитования и низким уровнем развития кредитной системы. В таких условиях перераспределение кредитных ресурсов приводит к переливу ссудных капиталов из сферы производства в сферу обращения, способствуя нарушению макроэкономической сбалансированности. В определенной мере это объясняется тем, что в период трансформации экономики происходит ломка государственно административной кредитной системы, восстанавливаются принципы, функции, инструменты рыночной кредитной системы и формируется кредитная инфраструктура.

В связи с этим возникает объективная потребность в разработке практических рекомендаций по совершенствованию кредитных отношений в Беларуси.

Цель работы – изучить проблемы и построить пути повышения эффективности кредитования Республики Беларусь.

Мы видим, что банки играют очень важную роль в экономике.

Поэтому именно с налаживания нормально функционирующей банковской системы нужно начинать выход из кризисного положения, сложившегося у нас в стране.

Для повышения эффективности кредитования субъектов хозяйствования в Республике Беларусь могут быть предложены следующие рекомендации:

1) более активный переход к системе финансового посредничества, в основе которой находится традиционная для рыночной экономики функция разделения задач: госбюджет финансирует развитие производственной и социальной инфраструктуры, рынок ценных бумаг обеспечивает ресурсами обновление основных средств (долгосрочное и инвестиционное кредитование), а коммерческие банки регулируют движение оборотных средств предприятий реального сектора (краткосрочное кредитование);

2) постепенное сокращение директивного кредитования, которое создает перекосы в деятельности финансового и кредитного рынков. Речь идет о кредитах, по которым процентная ставка субсидируется бюджетом, либо банку указывается конкретный заемщик или направление кредитования. Оно является инструментом, посредством которого правительство пытается способствовать росту производительности в экономике, перераспределяя ресурсы в пользу фирм, которые, по мнению правительства, могут генерировать положительные внешние эффекты;

3) формирование эффективного рынка ценных бумаг, для которого перспективными мерами могут выступать следующие: расширение инвестиционных услуг банков за счет развития дилерских услуг на рынке акций, покупки-продажи ценных бумаг за счет средств клиентов, доверительное управление активами клиентов, организация эмиссии ценных бумаг белорусских эмитентов; с организационной точки зрения создание инвестиционных департаментов в структуре банка либо дочерней инвестиционной компании (особенно приемлемо для банков, являющихся дочерними структурами иностранных); участие банков в создании самостоятельных специализированных фондов венчурного финансирования, в которых банки как учредители фондов смогут осуществлять экспертизу проектов, принимать участие в управлении фондом, оказывать клиентам весь спектр услуг финансового консалтинга;

4) более широкое использование механизмов открытой публичной продажи акций (ИРО) с привлечением международных консультантов для организации такой продажи. Простыми словами, момент, когда акционерная компания впервые начинает продавать свои ценные бумаги (акции, депозитарные расписки) неограниченному кругу лиц. По-

другому можно сказать, что процесс IPO позволяет компании превратиться из частной фирмы (число совладельцев ограничено) в публичное акционерное общество (совладельцем может стать кто угодно).

Подводя итог вышеизложенному, следует отметить, что в настоящее время стратегической целью реформирования кредитных отношений в Республике Беларусь должно стать формирование и функционирование эффективной кредитной системы, которая создаст предпосылки для развития рыночной экономики через ускорение процесса приватизации государственной собственности, развитие частного предпринимательства, рыночной инфраструктуры; будет стимулировать развитие реального сектора экономики; обеспечит реализацию механизма долгосрочного вложения денежных средств; создаст условия для вхождения в мировую кредитную систему.

ЛИТЕРАТУРА

1. Деньги, кредит, банки: учебник / Г. И. Кравцова [и др.]; под ред. проф. Г. И. Кравцовой. – Минск: БГЭУ, 2012. – 639 с.
2. Банковский сектор Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nbrb.by/publications/banksector/bs_20170101.pdf. – Дата доступа: 09.01.2023.
3. Стратегия институционального развития на 2017-2020 годы // Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/Press/?id=5761>. – Дата доступа: 09.01.2023.

УДК 339

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ САЙТА В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «ОРШАНСКИЙ МЯСОКОНСЕРВНЫЙ КОМБИНАТ»

Шаховская А. В. – студент

Научный руководитель – **Артеменко С. И.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»
г. Горки, Республика Беларусь

ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» – крупнейший в стране производитель мясных и мясорастительных консервов для детского питания, консервов общего потребления и колбасных изделий. Комбинат является одним из старейших предприятий Оршанского региона.

В современных рыночных условиях каждому предприятию необходимо иметь свой сайт в интернете. Это позволяет найти новых потребителей, особенно за пределами республики.

Цель работы – изучение и анализ сайта ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат».

Проведенный анализ показал, что на сайте ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» (www.omkk.by) размещена информация об истории предприятия, производимой продукции, мероприятиях по модернизации и т. п.

Представленная информация на сайте легкодоступна, сайт прост в навигации, есть возможность переключения на 10 иностранных языков: русский, арабский, белорусский, китайский и английский и др. Все это позволяет ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» привлекать еще больше клиентов к взаимовыгодному сотрудничеству.

На сайте можно напрямую связаться с представителями предприятия.

В разделе «О компании» представлена история компании, история о наградах, системе менеджмента, политике предприятия, фотоальбом, объявления, вакансии, раскрытие информации эмитентом, противодействие коррупции. Потенциальный клиент легко и быстро может прочитать необходимую информацию, а также ознакомиться с деятельностью предприятия.

В разделе «Продукция» представлен товарный ассортимент предприятия: детское питание, консервы, колбасные изделия, полуфабрикаты, продукты из шпика и др. Можно ознакомиться со всеми качественными характеристиками каждого вида продукции: составом, сроком годности, пищевой ценностью и рекомендации по потреблению. Также представлена информация для потребителей, где присутствует инструкция по вскрытию банок с ключиком.

Для сотрудничества с ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» на сайте имеется раздел «Партнерам», который включает в себя коммерческое предложение и закупки. В этом разделе перед потенциальными партнерами раскрываются преимущества работы с предприятием, а также приводятся ответы на все интересующие вопросы.

Для связи с предприятием предназначен раздел «Контакты». В этом разделе можно найти контактную информацию, расписание приема граждан руководящими работниками предприятия, электронные обращения, административные процедуры. Режим работы, руководство, график личных приемов и реквизиты.

Помимо всего вышеперечисленного, на постоянной основе осуществляется обновление новостной ленты, где показано участие коллектива в различных мероприятиях.

Важное значение имеет дизайн сайта. Переходя на сайт, пользователь встречает видео-анимацию, презентационный ролик и новостную ленту. Подобраны базовые цвета для оформления: красный, белый и черный.

Также на сайте есть ссылки на страницы предприятия в других социальных сетях, где публикуется свежие новости, рекламные ролики, новинки, информация о скидках и акциях:

1. Вконтакте (www.vk.com/omkkby);
2. Twitter (www.twitter.com/orsha_mkk);
3. Facebook (www.facebook.com/omkkby);
4. YouTube (<https://www.youtube.com/user/omkkby?pbjreloar=10>)

[1].

По результатам оценки сайт предприятия имеет достаточно высокую оценку – 8,5 баллов по 10-балльной шкале и устраивает как покупателей рынка b2bi b2c. Предприятию целесообразно добавить информацию по следующим направлениям: наличие отзывов о предприятии и товаров, наличие фотографий партеров, наличие доступный прайс-листов, наличия онлайн-игр и развлечения для посетителей сайта и наличие стимулов для посетителей.

ЛИТЕРАТУРА

1. ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://omkk.by/>. – Дата доступа: 16.02.2023.

УДК 635 (476)

ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОИЗВОДСТВА ОВОЩЕЙ ОТКРЫТОГО ГРУНТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Шашкова Н. А. – студент

Научный руководитель – **Минина Н. Н.**

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Овощи как продукты питания в рационе человека занимают особое место. Их питательные достоинства обусловлены содержанием углеводов, белков, жиров, витаминов, ферментов, гормонов, минеральных и других веществ. Овощи разнообразны по химическому составу и способам употребления в пищу. По последнему признаку все овощные культуры делят на три группы: овощи, употребляемые преимущественно в сыром виде; овощи, употребляемые как в сыром, так и переработанном виде; овощи, употребляемые преимущественно в переработанном виде (тепловая обработка, консервирование, сушка, замораживание).

Цель исследований – охарактеризовать современное состояние и перспективы развития производства овощей открытого грунта в Республике Беларусь.

Использованы данные Национального статистического комитета

Республики Беларусь, общенаучные и частные методы исследований.

В овощеводстве открытого грунта выращивается широкий ассортимент различных овощных культур. Общее количество наименований овощных культур составляет свыше 30 видов. Овощная продукция является быстро портящейся и малотранспортабельной, что связано с особенностями биохимического строения овощных культур и наличием в их составе большого количества воды. В процессе уборки, заготовки и транспортирования овощей под влиянием температур наблюдаются значительные потери массы продукции, ухудшение ее товарного вида и потребительских свойств.

В таблице представлены основные экономические показатели производства овощей в Республике Беларусь. За 2019-2021 гг. наблюдается тенденция снижения всех показателей, приведенных в таблице.

Таблица – Показатели производства овощей в сельскохозяйственных организациях

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Урожайность, ц/га	234	204	181
Валовой сбор, тыс. т	236,6	210,5	189,4
Производство на душу населения, кг	197	187	184

Овощеводство является весьма трудоемкой и капиталоемкой отраслью. Это особенно относится к ранним культурам, выращиваемым в культивационных сооружениях. Особенностью современного овощеводства стало сокращение объемов производства со стороны крупных хозяйств и быстрое расширение посевов овощных культур на приусадебных, дачных участках и в крестьянских (фермерских) хозяйствах при одновременном и существенном сокращении его в сельскохозяйственных организациях. Овощеводство концентрируется в пригородных зонах крупных городов. Здесь более высокие цены реализации продукции, имеется возможность использования тепловых отходов промышленности для обогрева теплиц. В расположенных близко к городу хозяйствах рентабельность овощей выше, чем в удаленных.

Максимальный валовой сбор овощей открытого грунта за 2021 г. получен в Минской области – 54 тыс. т, наименьший – в Могилевской области – 14,8 тыс. т. Можно отметить отрицательную динамику роста производства овощей открытого грунта на протяжении последних 3 лет.

На возделывание 1 га овощных культур расходуется 600-800 чел.-ч, что в 2-4 раза больше, чем при выращивании картофеля и в 35-40 раз выше по сравнению с производством зерна. Затраты труда на единицу площади колеблются по регионам выращивания овощей и видам овощных культур. В структуре товарной продукции растениеводства крупно-товарных предприятий овощи составляют около 6 %, а во

всей продукции сельского хозяйства – 1,5 %.

Реализация Государственной программы «Аграрный бизнес» на 2021–2025 гг. будет способствовать обеспечению производства овощей в объеме не менее 1,9 млн. т в хозяйствах всех категорий, из них в общественном секторе – 0,6 млн. т при средней урожайности 335 ц/га, площади посева овощей в открытом грунте – 14,8 тыс. га; концентрации производства в организациях, осуществляющих деятельность по производству овощей, до 80 % от общего объема производства в общественном секторе.

Таким образом, в Республике Беларусь производством овощей занимается 930 сельскохозяйственных организаций, 1,5 млн. личных подсобных и других хозяйств населения. В 2021 г. овощные культуры возделывали на площади 95 тыс. га, в т. ч. в сельскохозяйственных организациях – на площади 5 тыс. га, в хозяйствах населения – 80 тыс. га, в фермерских хозяйствах – на площади 9,9 тыс. га. Произведено 2724 тыс. т овощей при средней урожайности 278 ц/га. В структуре товарной продукции растениеводства крупных товарных предприятий овощи составляют около 6 %, а во всей продукции сельского хозяйства – 1,5 %.

УДК 339.543

МОДЕЛЬ AIDAV МАРКЕТИНГЕ

Швед И. А. – студент

Научный руководитель – **Дорошкевич И. Н.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Маркетинг тесно связан с психологией человека. Чтобы убедить потребителя в целесообразности сделки, важно правильно спрогнозировать его поведение и научиться управлять им. Формула AIDA содержит приемы воздействия на потенциального потребителя, которые позволяют превратить его в постоянного покупателя. Эта концепция была разработана еще в 1896 г., но не теряет своей актуальности в наше время. Цель данной статьи – дать теоретическое обоснование методу AIDA, который используется в маркетинговой деятельности многие годы.

В маркетинге алгоритм AIDA отражает путь клиента в течение всего процесса продажи и включает в себя [2]: - Attention (внимание) – на данном этапе важно завладеть вниманием потенциального заказчика, ознакомить его с предлагаемым продуктом или брендом; - Interest (интерес) – заинтересовать пользователя своим предложением; - Desire

(желание) – вызвать желание получить то, что предлагается потребителю; - Action (действие) – подтолкнуть к покупке или убедить совершить желаемое действие.

Эта модель время от времени пересматривается и адаптируется к текущим обстоятельствам и современным реалиям. Это привело к возникновению вариантов формулы:

AIDAS, где S обозначает satisfaction (удовлетворение). Продавцы, использующие эту модель, продолжают взаимодействовать с клиентом после покупки, т. е. добавляют или расширяют функцию продуктов на основе отзывов клиентов.

AIDCA, где C (confidence) – доверие: подтверждение своих знаний, умений, опыта и т. д., предоставление сертификатов на материалы, рассказ об отзывах;

AIDMA, где M (motivation) – мотивация: дополнительный рычаг воздействия. Например, ограничение во времени: «Предложение действительно в течение 2 дней».

Все этапы модели AIDA взаимосвязаны, невозможно изменить порядок шагов или исключить какой-либо этап.

AIDA становится эффективной, если формула действует на целевую аудиторию. Поэтому перед разработкой рекламы необходимо сформировать точный портрет целевой аудитории [4]. Данная модель используется, в т. ч. для позиционирования социальной рекламы, особенно в отношении экологических проблем [3].

Традиционно преимуществами модели AIDA являются [1], [2]:

- Простота и универсальность использования;
- Результаты видны в короткие сроки;
- Улучшает отношения с клиентами;
- Осведомленность о новостях рынка;
- Вовлеченность клиентов.

Техника AIDA имеет недостатки. Некоторые из них:

- устаревание модели, что не позволяет использовать для многих маркетинговых тактик;

- не подойдет для компаний, которые занимаются продажей товаров с высокой стоимостью или товаров для небольшой группы [3].

Формула AIDA увеличивает конверсию, повышает продажи и создает спрос. Она актуальна в:

- Продажах через колл-центр. Менеджеры убеждают потенциальных клиентов в необходимости приобретения товара по телефону.

- Прямых продажах с коротким циклом принятия решения. Например, товары повседневного потребления. В этом случае модель AIDA используется в создании структуры сайта.

- Сценаристы и режиссеры используют AIDA для создания рекламных роликов.

- Онлайн-магазинах. Здесь может быть использована многоуровневая система. Впервые AIDA используется на главной странице, чтобы направить покупателя к покупке товара именно в этом магазине. Второй раз – для конкретных продуктов.

Таким образом, техника AIDA, существуя уже многие годы, не теряет своей актуальности, хотя претерпевает некоторые изменения. Благодаря ее эффективности и простоте, может быть использована во многих областях маркетинга. Модель AIDA сопровождает клиента на всем пути покупки продукции – от первого знакомства, до его приобретения, что помогает развитию бизнеса. Применяя данную технику, легко структурировать воронку продаж, отслеживать результаты, выявлять сильные и слабые места в рекламной стратегии, что позволяет увеличивать продажи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. – М.: Издательство «Финпресс», 1998. – 416 с.
2. Григорьев, М. Н. Маркетинг: учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 559 с.
3. Дорошкевич, И. Н. Основные подходы к экологизации экономики / И. Н. Дорошкевич // Сельское хозяйство – проблемы и перспективы: сборник научных трудов). – Гродно: ГГАУ, 2022. – Т. 58: Экономика (Вопросы аграрной экономики). – С. 80-90.
4. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга: учебник / Ю. Н. Егоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 292 с.

УДК 330.341

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ СЕЛЬСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Шевчук М. В., Музыченко А. А. – студенты

Научный руководитель – **Коренная Н. П.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

Сельские территории играют важную роль с экономической точки зрения в силу того, что в сельской местности сосредоточено значительное количество как социально-демографических, так и природных ресурсов, рациональное использование которых могло бы способствовать усилению экономического роста в сельской местности.

Значение диверсификации, т. е. развитие различных производств, для сельской экономики предполагает создание в сельской местности максимально возможного набора разнообразных хозяйственных форм и видов деятельности, удовлетворяющих потребности населения в сфере

занятости [1].

Современный этап социально-экономических преобразований характеризуется существенными изменениями условий хозяйственной деятельности в сельской местности, которые привели к падению практически всех социально-экономических показателей сельского населения (таблица).

Таблица – Ключевые социально-экономические показатели развития сельских территорий Республики Беларусь за 2017-2021 гг.

Наименование показателей	Единица измерения	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год
Численность населения в целом по стране	тыс. человек	9469,67	9448,31	9429,26	9410,26	9225,52
Численность сельского населения	тыс. человек	2164,03	2137,55	2106,35	2069,33	1443,5
Из общей численности сельского населения – население в возрасте:						
Моложе трудоспособного	тыс. человек	356,02	350,55	345,01	338,64	331,69
трудоспособное	тыс. человек	1132,8	1128,39	1119,6	1109,6	1097,67
Старше трудоспособного	тыс. человек	675,21	658,61	621,09	621,09	594,07
Среднемесячная зарплата по стране	рублей	822,8	971,4	1 092,9	1 254,6	1 434,4
Среднемесячная зарплата в сельском хозяйстве	рублей	585,2	684,7	787,1	913,5	1056,4

Примечание – Источник [2, 3]

Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод, что за последние 5 лет численность сельского населения снизилась с 23 % от общего числа населения Беларусь до 22 % (при общем снижении численности населения страны на 3 %). Негативные тенденции в экономике сельских территорий становятся еще очевиднее в условиях повсеместного сокращения численности сельского населения (на 7 %), что обусловлено рядом причин, среди которых можно назвать отток трудоспособного населения (на 4 %) и особенно молодежи (на 7 %). Это, в свою очередь, является результатом низкого уровня и качества жизни сельского населения, ростом неудовлетворенности жизнью в сельских территориях (зарплата почти на 30 % ниже, чем по стране).

Хотелось бы отметить, что определенное влияние на диверсификацию сельской экономики оказывают города, причем роль агломераций и крупных городов, скорее, отрицательная, т. к. в большинстве случаев они способствуют оттоку сельского населения. В то время как средние и малые города, напротив, усиливают диверсификацию в сельской местности, могут быть использованы преимущества сетевого

взаимодействия с районными центрами.

На наш взгляд, решить проблему устойчивого развития сельских территорий позволит диверсификация экономики в совокупности с использованием новых высокоэффективных технологий в сельском хозяйстве с целью укрепления существующих сельхозпредприятий за счет предложения новых возможностей получения дохода.

ЛИТЕРАТУРА

1. Киреенко, Н. В. Диверсификация государственной поддержки сельского хозяйства Беларуси с учетом международных требований и обязательств / Н. В. Киреенко, И. А. Казакевич // Белорусский экономический журнал. – 2018. – № 4. – С. 65-76.
2. О начисленной средней заработной плате работников. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/stoimost-rabochey-sily/operativnyye-dannye/o-nachislennoy-sredney-zarabotnoy-plate-rabotnikov/>. — Дата доступа: 02.02.2023.
3. Численность населения на 1 января по областям и г. Минску. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/ssrd-mvf_2/natsionalnaya-stranitsa-svodnyh-dannyh/naselenie_6/dinamika-chislennosti-naseleniya/. – Дата доступа: 02.02.2023.

УДК 637.523(476.6)

АНАЛИЗ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ОАО «ГРОДНЕНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ» В 2021 ГОДУ

Шимановский А. Ч. – студент

Научный руководитель – **Суханова Е. А.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Анализ продаж заключается в измерении фактического объема продаж и сравнения его с запланированным. Выбор путей распределения товаров и услуг – важнейшая задача предприятия. Анализ должен прежде всего показать абсолютное и относительное значение конкретных продуктов и их групп в рамках общего их объема, т. е. структуру сбыта. ОАО «Гродненский мясокомбинат» является одним из крупнейших и лидирующих производителей мяса и мясных продуктов в Гродненской области и в Республике Беларусь.

Сегодня ОАО «Гродненский мясокомбинат» выпускает более 200 наименований продукции (многочисленные сорта ветчин и копченостей, сыровяленые и сырокопченые колбасы и копчености, вареные, варено-копченые и полукопченые колбасы, сырые колбасы, сосиски и сардельки, паштеты, полуфабрикаты и фарши, субпродукты, говядина, свинина), успешно реализующейся как на белорусском рынке, так и за рубежом. По итогам 2020 г. в общем объеме продаж по колбасным

изделиям внутренний рынок составил 80,3 %, внешний рынок – 19,7 %. Удельные веса реализации колбасных изделий в групповом ассортименте представлены на диаграмме (рисунок 1):

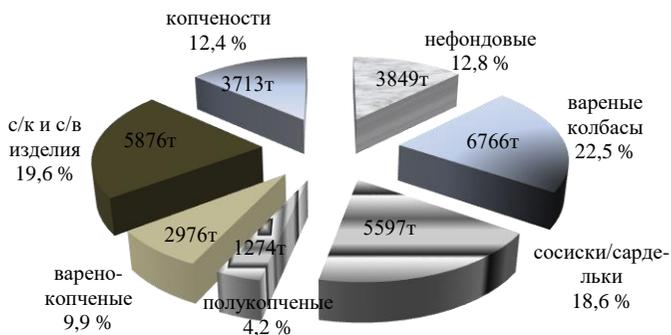


Рисунок 1 – Объем и структура реализации колбасных изделий

В структуре реализации мясных полуфабрикатов лидируют крупнокусковые и составляют 80,1 %. Порционные, мелкокусковые и фарши имеют следующие удельные веса в общем объеме реализации 11,1; 1,6 и 7,2 % соответственно.

Рынки в г. Минск и Минской области являются основными партнерами по реализации продукции ОАО «Гродненский мясокомбинат» (через торговые представительства ТУП «ГМК», ЗАО «КОМВАК»). Гродненская область является вторым регионом по объемам продаж. Удельный вес торговых партнеров, реализующих колбасные изделия, производимые ОАО «Гродненский мясокомбинат», отображены на рисунке 2:

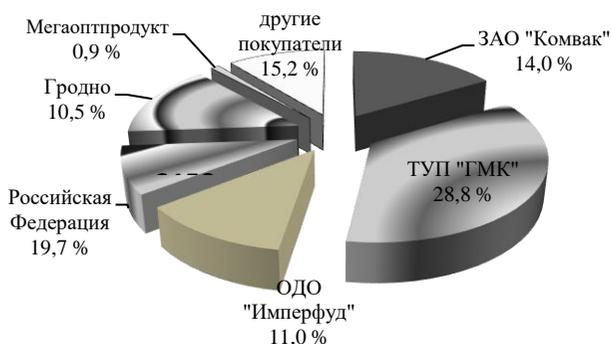


Рисунок 2 – Удельный вес торговых партнеров

В условиях усиливающейся конкуренции в торговле активно развиваются розничные торговые сети, представляющие собой совокупность торговых предприятий, находящихся под общим управлением. Среди основных торговых сетей, с которыми ведется тесное сотрудничество, следует выделить: «Евроопт», «Алми», «Нарочь», «Корона».

С целью увеличения объемов производства ОАО «Гродненский мясокомбинат» начало выпускать колбасные изделия под различными собственными торговыми марками (Виталюр, ProStore). Активно развивается фирменная торговля предприятия. Дополнительно открываются фирменные магазины в г. Минск и г. Лида. Кафе «Аллюр», ресторан «Замок Зеваны» в агротуристическом комплексе «Коробчицы», а также ресторан «Королевская охота», которые славятся улучшенным сервисом, являются визитной карточкой данного предприятия. Подводя итоги работы за 2021 г., следует отметить, что ОАО «Гродненский мясокомбинат» отслеживает все изменения и тенденции рынка, что позволяет длительное время занимать лидирующие позиции.

УДК 631.338:43

ОПТИМИЗАЦИЯ РАЦИОНА КОРМЛЕНИЯ КРУПНОГО РОГАТОГО СКОТА С ПРИМЕНЕНИЕМ ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

Шинтарь Д. Д., Михачева В. А. – студенты

Научный руководитель – **Лукашевич А. В.**

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»
г. Минск, Республика Беларусь

Важной задачей, стоящий перед сельскохозяйственными товаропроизводителями, является повышение эффективности производства и снижение затрат при получении конечной продукции. Это особенно актуально для молочной продукции, которая является социально значимой и должна быть конкурентоспособной на внешних рынках. В молочном скотоводстве корма – наиболее перспективное средство удешевления конечной продукции. На корма приходится около 70 % формирования продуктивности скота и более половины от общего количества производственных затрат [1].

При полноценном кормлении крупного рогатого скота расход корма на производство килограмма молока не превышает одной кормовой единицы (к. ед.). Для кормления молочного скота используют наиболее дешевые и в то же время биологически полноценные корма: силос, сенаж, корнеплоды, зеленые и концентрированные корма.

Однако несбалансированное их сочетание либо использование некачественных кормов приводит к значительным потерям конечной продукции, а также ухудшению состояния животных [2].

Для решения вышеуказанной проблемы составлена и рассчитана модель оптимизации рационов, критерием оптимальности которой является минимизация затрат. Структурная запись ее основных ограничений и целевой функции имеет следующий вид [3]:

1. Ограничение по количеству питательных веществ, находящихся друг с другом в пропорциональной связи:

$$\bar{e}_i x_i \leq \sum_{j \in I_1} a_{ij} x_j \leq e_i x_i \quad i \in I_1. \quad (1)$$

2. Содержание питательных веществ в рационе должно быть в раз-
мере не меньше установленного минимума

$$\sum_{j \in I_1} a_{ij} x_j \geq A_i \quad i \in I_1. \quad (2)$$

3. По точному содержанию питательных веществ в рационе

$$\sum_{j \in I_1} a_{ij} x_j = x_i \quad i \in I_1. \quad (3)$$

4. По весу отдельных кормов в рационе

$$\bar{w}_j \leq x_j \leq w_j \quad j \in J_1. \quad (4)$$

5. Ограничение не отрицательности переменных

$$x_j, x_i \geq 0. \quad (5)$$

6. Целевая функция

$$F_{min} = \sum_{j \in I_1} \lambda_j x_j, \quad (6)$$

где j – номер корма; i – номер питательного вещества; J_1 – множество видов кормов; I_1 – множество питательных веществ рациона; x_j – вес корма j в рационе; x_i – точное количество питательного вещества i , от которого зависит вес других веществ; A_i – минимальная потребность в i -м питательном веществе; \bar{e}_i и e_i – соответственно минимальная и максимальная нормы питательного вещества i в соотношении с другими питательными веществами корма; \bar{w}_j и w_j – соответственно минимальная и максимальная нормы скормливания корма j ; a_{ij} – питательность, т. е. содержание вещества i в единице корма j ; $a_{ij} x_j$ – питательность корма по какому-то из веществ i ; λ_j – стоимость единицы корма j .

Применив экономико-математическую модель для совокупности сельскохозяйственных организаций, была получена структура рациона кормления высокопродуктивной дойной коровы. Полученная структура кормления имеет следующий вид: комбикорма (всего) – 30 % (в т. ч.

зернофураж – 27 %; травяная мука – 3 %); зеленый корм – 24; сено – 5 %; сенаж и силос – 30 %; кормовые корнеплоды – 1 %; жом – 10 %.

Для получения максимальной биологической отдачи от содержания молочного стада, выражающейся в получении наибольшего количества высококачественного молока с жирностью более 3,6 %, следует применять рекомендованный рацион кормление, при котором животные получают все необходимые питательные вещества в наиболее доступной форме, в оптимальных между собой соотношениях, обеспечивающих высокую продуктивность животных при сохранении их естественного физиологического состояния и воспроизводительной функции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Перспективы экономического развития молочной отрасли Республики Беларусь / В. М. Синельников [и др.] // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В. И. Вернадского. – 2022. – № 3. (85) – С. 92-104.
2. Синельников, В. М. Оценка тенденций интенсификации производства молока / В. М. Синельников, Н. М. Гаджаров // Агропанорама, 2017. – № 1. – С. 22-26.
3. Синельников, В. М. Возможности использования жома для удешевления рациона кормления КРС / В. М. Синельников // Исследования, результаты (Казахский национальный аграрный университет). – 2015. – № 3. – С. 283-288.

УДК 664.1.057.9(100)

ТЕНДЕНЦИИ САХАРНОГО ПРОИЗВОДСТВА В МИРЕ

Шиша К. Н. – студент

Научный руководитель – **Бондарович Л. А.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Сахар – один из важнейших продуктов питания. Он обладает высокими вкусовыми качествами, способствует повышению умственной и физической работоспособности человека.

Краткая сводка по глобальным производственным процессам на мировом рынке сахара:

- 88 % сахара извлекают из тростника, 12 % – из свеклы.
- Крупнейшие сахарные производители – Бразилия, Индия, страны ЕС, Таиланд, КНР.
- Только одна Бразилия производит порядка 30 млн. т сахара каждый год.
- Крупнейшие экспортеры – Бразилия, Таиланд, Индия.
- Важнейшие импортеры – Китай, США, Индонезия.

Представим информацию по ключевым тенденциям на «сладком рынке» в 2022-2023 гг.:

- Бразильское государственное мониторинг-агентство CONAB: страна планирует выпустить 40,3 млн. т сахара – на 15 % больше, чем в прошлом сезоне. Что касается других крупных экспортеров, они также надеются на высокие урожаи.

- Datagro: сахарное производство в центральной и южной Бразилии может сократиться до 32,1 млн. т – с 44,7 до 43,8 %. Однако аналитики успокаивают общественность: бразильские показатели будут нивелированы ростом сахарного производства в Таиланде (до 13 млн. т) и Индии (до 35 млн. т). Из сводки агентства: «профицит на мировом рынке сахара в будущем сезоне (2022-2023 гг.) ожидается на уровне 2,9 млн. т в сравнении с 1,4 млн. т в сезоне-2021-2022 гг.».

- StoneX: «профицит в сезоне-2022-2023 гг. будет еще больше – 4,1 млн. т – с учетом роста производства сахара в Азии на 5 % при гораздо менее значимом увеличении спроса – на уровне 1,1 %».

В настоящее время сахарный рынок вновь готовится к переизбытку предложения – уже второй год грядет. Снижением спроса на сахар мир обязан пандемии коронавируса, растянувшейся на два полных сезона. При этом аналитики уверены, что производство продукта в 2022-2023 гг. будет на 5,15 млн. т выше, нежели в 2018-2019 гг. По мировой обстановке представлен следующий отчет:

- Производство сахара в Таиланде достигнет 10,65 млн. т.

- Планируется увеличение производства в южной Бразилии – до 34 млн. т.

- Объемы изготовления в Индии будут меньше – 30,9 млн. т.

- Вместе с этим AISTA (Всеиндийская ассоциация торговли сахаром) сообщает, что местные предприятия заключили контракты на вывоз 4,6 млн. т сладости (2021-2022 гг.). Из ее отчета также ясно и следующее: «Индия может экспортировать 6 млн т сахара в текущем году по сравнению с 7,2 млн. т в прошлом году, после того как Нью-Дели отменил субсидию на экспорт сахара».

- В Европе ожидается потенциально меньший урожай: местным фермерам невыгодно содержать большие посевные площади из-за грядущего снижения стоимости сахарной свеклы.

Мировые цены на сахар в 2023 г. могут снизиться благодаря высоким урожаям у основных стран-производителей. Об этом говорится в обзоре одного из крупнейших банков Европы – нидерландского ING.

По прогнозу банка, в будущем году мировое производство сахара достигнет примерно 180 млн. т, т. е. почти рекордного уровня. В результате на рынке образуется избыток примерно в 4 млн. т.

Что касается Евросоюза, где в этом году производство сахара было восстановлено, тем не менее, жаркое и сухое лето повлияет на урожай в

следующем году. В результате в будущем году урожай сахарной свеклы и производство сахара снизятся.

По прогнозам, в ЕС будет наблюдаться дефицит почти в 10 %, которые придется восполнить за счет импорта.

Подводя итоги исследования, можно утверждать, что лидерами по производству продукта являются Бразилия, Индия, Европейский Союз, Китай и Таиланд. По прогнозам, в 2023 г. мировое производство сахара достигнет примерно 180 млн. т, т. е. почти рекордного уровня. Благодаря высоким урожаям у основных стран-производителей мировые цены на сахар в 2023 г. могут снизиться.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мировые цены на сахар [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sugar.ru/node/41219>. – Дата доступа: 14.01.2023.
2. Крупнейшие производители сахара в мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lindeal.com/trends/krupnejshie-proizvoditeli-sakhara-v-mire>. – Дата доступа: 14.01.2023.

УДК 339.13

СПЕЦИФИКА И ТЕХНОЛОГИИ ТИЗЕРНОЙ РЕКЛАМЫ

Шляжас Л. И. – студент

Научный руководитель – **Цebro Т. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Актуальность исследования объясняется тем, что в современном обществе индустрия интернет-рекламы активно развивается. Сегодня мы можем наблюдать, как появляются новые методы и технологии развития рекламы. Стоит отметить, что со временем традиционные способы продвижения услуг и товаров перестают работать, и рекламным компаниям приходится придумывать новые способы для их продвижения. Одним из таких новых методов и является тизерная реклама.

Цель исследования – установить специфику и технологии тизерной рекламы. Методика проведения исследования включала теоретический концептуальный анализ научной литературы.

Представим результаты исследования. Тизерная реклама – это способ маркетинговой коммуникации, построенный на принципе pull-рекламы, когда для привлечения внимания клиента используется «завязка»: заинтересовывающая фраза или картинка, которая в течение всей рекламной компании может «раскрыться» и «не раскрыться». Другими словами, тизерная реклама – это высокоэффективный вид

привлечения внимания потенциального покупателя с помощью эффекта загадки, интриги. Профессиональные рекламисты пользуются любопытством клиентов, т. к. знают реакцию мозга потребителей на таинственные послания. Чаще всего для таких технологических «загадок» используются кричащие картинки и интригующие заголовки, которые практически всегда сохраняют небольшую часть информации о продукте, при этом сам товар не показывается. Как правило, в тизере сообщается лишь о каких-то незаурядных качествах или необыкновенных способах использования продукта. Процесс проведения тизерной кампании обычно состоит из двух стадий: первая стадия: появление тизеров (создание интриги) – это момент, когда привлекается внимание аудитории; вторая стадия: выход ревилейшена (объяснение и создание связи тизера с определенным продуктом). На данном этапе идет раскрытие компании, продукт или услуга которой рекламируется [1].

Итак, мы можем разделить все перечисленное на виды тизеров по формату контента: классические тизеры – привычный вид контента, состоящий из изображения, заголовка и короткого текста; баннеры – статическое изображение или GIF-анимация с рекламным предложением; видеореклама – ролики продолжительностью 15-30 с, которые могут воспроизводиться перед запуском основного видео или во время просмотра. Потенциальный клиент переходит на сайт рекламируемого объекта при нажатии на такой ролик; мессенджеры – имитируют входящие сообщения от какой-то популярной социальной сети или мессенджера и представляют собой всплывающие баннеры; новостные статьи – это короткий текст, который обрывается и предлагает прочитать всю статью по ссылке.

Помимо разделений тизеров по контенту, есть профессиональные разделения тизеров, где в первую очередь внимание акцентируется на целевую аудиторию. Другими словами, перед тем как разместить где-то тизерную рекламу, нужно обязательно изучить особенности аудитории, которая будет посещать ресурс. Необходимо не только руководствоваться тематикой портала, но и знать, на кого она нацелена. Соответственно, у профессионалов есть особые разделения на аудитории. Разобравшись в сути тизерной рекламы, узнав ее форматы и виды, может возникнуть вопрос, для всех ли продуктов подходит подобная модель рекламы. Конечно, данная реклама подходит не для всех категорий товаров, т. к. для определенных продуктов нужна более серьезная модель продвижения. Например, тизерная реклама не подойдет для узкоспециализированных товаров или компаний, работающих в одном районе или городе. Также будет плохо продвигать товары с длинным циклом взаимодействия с покупателем, долгим одобрением решения.

Выясняли, что тизерная реклама работает по принципу создания интриги. А также разобрались с двумя технологиями ее продвижения. Первая технология – интрига, подразумевает под собой «разогрев», включает в себя изображение и заголовок. Вторая технология – раскрытие, объяснение осуществляется перемещением на сайт. В кампаниях сначала выпускается баннер с завязкой, а через неделю – баннер «ревейшен». Сама кампания осуществляется по такому алгоритму: создание ТЗ на изготовления баннеров → подбор исполнителей – фрилансеры, агентства продвижения → разработка тизеров от идеи до верстки → поиск тизерной сети и площадок для размещения баннеров → открутка до получения первых результатов → анализ эффективности кампании → мониторинг и оптимизация.

После рассмотрения поэтапного алгоритма реализации компании необходимо понять, какими способами тизерная реклама оказывает такое влияние на потребителей. Итак, состав тизера. В первую очередь это картинка-изображение, за которой идет заголовок и целевой текст. Изображению отведена важная роль, т. к. оно отвечает за внимание клиентов. От выбора привлекающей внимания картинки зависит последующая кликабельность тизера в случае онлайн формата. Картинка должна выделяться на фоне других тизеров. Стоит отметить, что создатели не должны забывать о технических требованиях к изображениям: не только яркая картинка цепляет взгляд, но и ее качество. Стоит отметить, что заголовки в стиле желтой прессы притягивают внимание, но портят репутацию любому хорошему бренду. Важно сохранять баланс между кликбейтом и заголовком-выводом, когда из текста понятно, о чем говорится. Если в заголовке будут прописаны и побуждения к действию, то эффективностей такой рекламы вырастет мгновенно. В рекламу товаров нужно так же включать и слова-триггеры, которые завлекают покупателей: розыгрыши, акция, скидки, специальные предложения. Именно это часто удерживает внимание покупателей. Сами заголовок и текст объявления прописываются под каждую целевую аудиторию отдельно. Стоит подчеркнуть, когда тизер адресован на широкую аудиторию, конверсия по нему небольшая. Целевая аудитория может быть сегментирована на группы. Для каждой аудитории составляем отдельное товарное предложение и везде расставлены разные акценты. Важно помнить, что текстовая информация и изображения обязаны быть дополнением друг друга. Все должно соответствовать.

Подводя итоги, можем заметить, что таких преимуществ как у тизера, нет ни у одного вида рекламы. К тому же, все плюсы достигаются при затрате незначительных средств и при получении отличного результата. Данный вид рекламы – отличный инструмент продвижения,

поэтому необходима тщательная разработка как самой «загадки», так и ее «разгадки». Стоит подчеркнуть, что целесообразность использования тизерной рекламы зависит от многих факторов, но во многих случаях придумать ей такой же удобный аналог сложно.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бурук, А. Ф. Инструменты digital-маркетинга / А. Ф. Бурук, Е. В. Убоженко. – Новосибирск: СГУГиТ, 2021. – 75 с.
2. Пашутин, С. Б. Физиология ажиотажа. Маркетинговые приемы привлечения потребителей к торговой марке / С. Б. Пашутин. – М.: КноРус, 2016. – 500 с.

УДК 339.976.4

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ УРОВНЯ ЦИФРОВОЙ ЗРЕЛОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

Юркевич Ф. М. – студент

Научный руководитель – **Волкова Е. В.**

УО «Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий»

г. Могилев, Республика Беларусь

В экономической литературе большинство методик основаны на анализе статистических данных, связанных с оценкой уровня информатизации, автоматизации и цифровой зрелости организаций (готовность организаций к внутренним и внешним изменениям, связанных с цифровизацией). Цифровая зрелость бизнеса представляет оценку его состояния относительно лидеров в области цифровизации в соответствии с заданными критериями, которая определяет их способность предлагать наилучшее ценностное предложение клиентам. Цифровая зрелость – это способность организации реагировать на технологические разработки с учетом реализации конкурентных преимуществ. Существуют подходы к оценке уровня готовности предприятий к цифровизации и к внедрению цифровых технологий с учетом их влияния на формирование бизнес-модели предприятия и рост конкурентоспособности.

Обобщающими показателями оценки цифровой зрелости являются: стратегия и бизнес-модель, организационная культура и персонал, потребители и их опыт, операционные процессы и цифровые технологии, ценность для клиента (продукты и услуги компании). При этом оценка цифровой зрелости предусматривает: определение текущего уровня зрелости по функциональным направлениям организации (структура, ключевые ресурсы, ключевые процессы, технологии); выявление приоритетов развития и определение целей в соответствии с

цифровой стратегией; определение приоритетных направлений, разработка мероприятий по реализации стратегии [1].

На данный момент анализом уровня цифровой зрелости занимаются крупные мировые консалтинговые компании и дают оценку потенциала и динамику изменений в организациях в процессе цифровой трансформации. Для оценки динамики и эффективности внедрения применяются следующие методы оценки цифровой зрелости (digitalmaturityassessment):

1. Модель цифровой зрелости (Digitalmaturitymodel) анализирует цифровые возможности по шести ключевым параметрам (потребители, бизнес-стратегия, технологии, производство, структура и культура организации), которые разделены на 28 подразделов, включающих 179 показателей.

2. Цифровое пианино (Digitizationpiano) оценивает наиболее важные элементы цепочки создания стоимости: бизнес-модель, организационная структура, сотрудники, процессы, IT-возможности, предложения и модель взаимодействия по разработанным для каждой категории специальных вопросов. Модель направлена на выявление различий между фактическим и прогнозным уровнем каждой трансформационной категории организаций.

3. Индекс зрелости Индустрии 4.0 Acatech, разработанный НАН и техники Германии, оценивает цифровую зрелость по четырем направлениям (ресурсы, информационные системы, культура и организационная структура) с учетом этапов развития и корпоративных процессов.

4. Индекс цифровой трансформации (аналитическое агентство Arthur D. Little) формируется на основе семи показателей (стратегия и руководство, продукты и сервисы, управление клиентами, операции и цепочки поставок, корпоративные сервисы и контроль, информационные технологии, рабочее место и культура) [2].

Методика расчета уровня цифровой зрелости в отраслях экономики и в социальной сфере России основана на учете численности специалистов, интенсивно использующих информационно-коммуникационные технологии; расходов организаций на внедрение и использование современных цифровых решений; уровня цифровой зрелости в зависимости от достижения целевого значения 2030 г. в 10 отраслях экономики и социальной сферы (в промышленности, сельском хозяйстве, строительстве, развитии городской среды, транспорте и логистике, энергетической инфраструктуре, финансовых услугах, здравоохранении, образовании и науки и в государственном управлении).

Таким образом, цифровая зрелость является ключевым показателем степени готовности государства и организаций к внедрению

цифровых технологий и решений в их бизнес-процессы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Медведева, Л. Ф. Цифровая зрелость как фактор конкурентного преимущества в бизнесе / Л. Ф. Медведева, Л. И. Архипова // BIG DATA and Advanced Analytics. BIG DATA и анализ высокого уровня; VII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 2021. – С. 86-98.
2. Барулин, Е. Digital не просто digital: как проанализировать внедрение инноваций правильно / Е. Барулин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rb.ru/opinion/proanalizirovat-vnedrenie-innovacij>. – Дата доступа: 02.02. 2023.

УДК 004.896

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Юрченко О. А. – студент

Научный руководитель – **Климова Ю. Е.**

УО «Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий»

г. Могилев, Республика Беларусь

В настоящее время быстро адаптировать свое производство под запросы рынка, разрабатывать продукцию, востребованную покупателями, способствовать снижению затрат, оптимизации производства, повышению качества товаров помогает использование цифровых технологий в промышленности. Внедрение искусственного интеллекта способствует инновационному развитию как предприятия в целом, так и продукции, которую оно производит.

Цифровая трансформация (ЦТ) – это восходящий инновационный тренд, за которым следуют фирмы, отрасли промышленности и страны, которые хотят использовать цифровую информацию более эффективным и действенным образом для получения конкурентных преимуществ в мировой экономике. Таким образом, ЦТ определяется как «процесс, направленный на улучшение объекта путем внесения значительных изменений в его свойства посредством комбинирования информационных, вычислительных, коммуникационных и соединительных технологий» [1].

Система искусственного интеллекта (ИИ) – это программная система, имитирующая на компьютере процесс мышления человека. Для создания такой системы необходимо изучить сам процесс мышления человека, решающего определенные задачи или принимающего решения в конкретной области, выделить основные шаги этого процесса и разработать программные средства, воспроизводящие их на компьютере. Следовательно, методы ИИ предполагают простой структурный подход

к разработке сложных программных систем принятия решений.

Искусственный интеллект – это направление информатики, целью которого является разработка аппаратно-программных средств, позволяющих пользователю-непрограммисту ставить и решать свои традиционно считающиеся интеллектуальными задачи, общаясь с ЭВМ на ограниченном подмножестве естественного языка [2].

Большинство методов ИИ предполагает, что в организациях накапливается большой объем данных, а ИИ в настоящее время открывает больше возможностей для изменений бизнеса и внедрения инноваций, особенно в промышленность. Внедрение актуальных технологий активно применяется почти во всех отраслях, и это оправданно: такой подход дает намного большую продуктивность производства и снижает себестоимость готового продукта – а в этом заинтересованы и производители, и потребители. Можно быть уверенными в том, что этот тренд будет одним из самых долгосрочных в экономике нашей страны и всего мира [3].

Четвертая индустриальная революция (Индустрия 4.0) – переход на полностью автоматизированное цифровое производство, управляемое интеллектуальными системами в режиме реального времени в постоянном взаимодействии с внешней средой, выходящее за границы одного предприятия, с перспективой объединения в глобальную промышленную сеть вещей и услуг. Необходимость и важность внедрения технологий БД и ИИ возросли вместе с ЦТ, вызванной именно 4-й промышленной революцией.

В производственных компаниях эти технологии помогут улучшить качество продукции, сократить время производства, расширить штат сотрудников и внедрить инновации в обслуживание клиентов. Однако в сфере производства преимущества и возможности ИИ гораздо шире. Они позволят создавать новые модели бизнеса и обслуживания, улучшать качество обслуживания клиентов в отношении продуктов и услуг, а равно изменять сети цепочек поставок в целях их оптимизации и повышения эффективности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Основы искусственного интеллекта: учебное пособие / Е. В. Боровская, Н. А. Давыдова. – 4-е изд., электрон. – М.: Лаборатория знаний, 2020. – 130 с.
2. Доклад PwC Middle East, 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pwc.com/m1/en/media-centre.html>.
3. TADVISER Государство, бизнес, технологии / Четвертая промышленная революция [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/>.

**АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ
ОАО «БАРАНОВИЧСКОЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ
ХЛОПЧАТОБУМАЖНОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ»**

Юрчик М. С. – магистрант

Научный руководитель – **Бычек И. И.**

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
г. Гродно, Республика Беларусь

Одним из актуальных вопросов для современной организации является формирование маркетинговой стратегии. Маркетинговая стратегия ОАО «Барановичское производственное хлопчатобумажное объединение» – это логически построенная цепочка, основанная на нахождении компромиссного решения между возможностями производства и рынка.

Формирование маркетинговой стратегии ОАО «Барановичское производственное хлопчатобумажное объединение» представляет собой разработку комплекса маркетинга: товар, цена, распространение и продвижение для каждого целевого рынка и, в целом, зависит от стратегии развития организации. Основная цель разработки такой стратегии заключается в стремлении добиться долгосрочных конкурентных преимуществ путем детального изучения потребностей внутреннего и внешнего рынков и формирования на этой основе ассортиментной политики. В этой связи стратегия анализируемого предприятия предполагает активное применение маркетинговых инструментов для вывода на рынок расширенного ассортимента махровых изделий и обеспечения их высокой конкурентоспособности как за счет ценовых, так и неценовых инструментов.

На предприятии создана и действует служба маркетинга, на основе аналитических данных которой строятся оперативные и стратегические планы перспективного развития. В современных условиях задача службы маркетинга состоит в том, чтобы детально изучить рынок, спрос клиента на определенный вид продукции, способность продукции завоевать свою долю рынка, быть конкурентоспособной по сравнению с аналогичной продукцией конкурента, постоянно ориентировать и переориентировать все виды деятельности предприятия в направлениях, обеспечивающих его развитие.

На предприятии также существует бюро торговли, начальник которого возглавляет работу по отработке коммерческой стратегии, обеспечивает усиление позиций предприятия и увеличение доли рынка; участвует в составлении как краткосрочных, так и долгосрочных планов

развития; контролирует и отвечает за выполнение плановых показателей.

Как показали проведенные исследования, организация и управление маркетинговой деятельностью в ОАО «Барановичское производственное хлопчатобумажное объединение» направлены на обеспечение конкурентоспособности продукции предприятия при помощи использования маркетинговых инструментов. Система обеспечения качества продукции на предприятии основана на выполнении требований нормативных документов по всем видам работ, структурным подразделениям, отделам и службам. Отпускная цена на продукцию определяется исходя из экономически обоснованных затрат на ее производство, оптимальной прибыли, учета конкурентного окружения и особенностей ценообразования на различных географических рынках. Кроме того, предприятие регулярно участвует в различных ярмарках, выставках, организует проведение дегустаций продукции с предъявлением новых видов продукции.

В результате проведения SWOT-анализа установлено, что основными недостатками маркетинговой деятельности организации являются: отсутствие процесса использования товарного знака для реализации маркетинговой деятельности и повышения узнаваемости организации среди целевой аудитории, высокий уровень цен на продукцию организации по сравнению с основными ценовыми конкурентами, а также отсутствие процесса использования современных методов торговли и маркетинга в организации.

Для устранения обнаруженных недостатков рекомендуется проведение корректирующих мероприятий, предполагающих активное задействование маркетинговых инструментов для вывода на рынок расширенного ассортимента махровых изделий и обеспечения их высокой конкурентоспособности как за счет ценовых, так и неценовых инструментов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 304 с.
2. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 363 с.

ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА

Яблонский Д. А. – студент

Научный руководитель – **Цебро Т. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Цель данной работы – изучить теоретические аспекты продвижения проектов в цифровом маркетинге и понять значимость и различия между каналами продвижения.

Цифровой или Digital-marketing – это направление маркетинга, которое подразумевает продвижение услуг и товаров с помощью цифровых технологий, применяемых на всех этапах взаимодействия с потребителями.

В настоящее время цифровой маркетинг является одним из основных условий развития электронного бизнеса. Мы видим, что элементы цифровизации применяются в маркетинговой деятельности различных компаний. В условиях растущей конкуренции на рынке маркетинговые службы продолжают активно учиться использовать цифровые каналы и инструменты для исследования продуктов, цен, мер продвижения. Сближение компаний и потребителей с помощью цифровых каналов и инструментов оказывает значительное влияние на рост продаж. Важнейшей характеристикой цифрового маркетинга является тесное взаимодействие с потенциальными и реальными потребителями, и это требование во многом определяет тенденции развития данного вида маркетинга. Цифровой маркетинг является одним из наиболее важных направлений развития, особенно для компаний и для всей экономики, которая формируется под влиянием цифровизации [5]. Внедрение цифровизации в маркетинг улучшило не только бизнес-процессы на рынке, но и социально-экономические отношения. Поэтому цифровой маркетинг стал важным элементом в формировании и дальнейшем развитии этих отношений.

Цифровой маркетинг отличается от других видов маркетинга. Разница между видами маркетинга заключается в каналах продвижения. В офлайн-маркетинге каналы включают средства массовой информации (журналы, газеты, радио, телевидение), наружную рекламу. Каналы в интернет-маркетинге – это только онлайн-платформы. Цифровой маркетинг – это работа в интернете и офлайн каналах с использованием цифровых технологий.

В Республике Беларусь внимание к формированию приведенных экосистем закреплено в Национальной стратегии социально-

экономического развития на период до 2030 года [1] и Стратегии развития информатизации на 2016-2022 годы [2]. Данные экосистемы выделяют на основании следующих признаков: обновление форм, содержания и методов различных видов и направлений деятельности, также информационный обмен, стиль управления, включая управление маркетингом. Ф. Котлер отмечал, что цифровой маркетинг свидетельствует о необходимости адаптации к новым условиям постиндустриального общества и особенностям поведения людей, а это требует переосмысления фундаментальных основ маркетинга [3].

Особенности digital-маркетинга. 1) Первое и что является немаловажным – большой охват. Важное преимущество диджитал-маркетинга перед традиционными методами — возможность донести сообщение до большой аудитории вне зависимости от географии. В Беларуси интернетом пользуются 85 % населения страны [4]. 2) Также измеримость результатов. Цифровые системы аналитики позволяют бизнесу быстро и просто измерить эффективность рекламных кампаний. Возможность выявить наиболее прибыльные каналы, оптимизировать маркетинговую стратегию и снизить затраты на продвижение. 3) Быстрый отклик: Digital-маркетинг обеспечивает моментальную обратную связь с пользователями через email, социальные сети, мессенджеры и чаты на сайте. 4) Возможность автоматизации. Чат-боты, умные помощники, сервисы автоматизации рассылок, алгоритмическая закупка рекламы – эти методы экономят время маркетологов, улучшают точность работы и избавляют от необходимости совершать рутинные действия.

Анализ каналов цифрового маркетинга наглядно показывает, что цифровизация сделала возможным их объединение. Например, объединение каналов цифровых технологий вещания для просмотра интернет-контента, интернета и технологии мобильной передачи данных позволила осуществлять маркетинговую деятельность в интернете с использованием телекоммуникационных устройств. В результате инфраструктура цифровых маркетинговых каналов стала динамичной и интегрированной. Внедрение цифровых технологий в маркетинг расширяет возможности и трансформирует формирование интегрированных маркетинговых инициатив, придавая им мобильность, гибкость и возможность отслеживания потенциальных потребителей, увеличивая масштабы и размеры рынка. Бизнес-модель цифровых платформ, соединяющих производителей, посредников и потребителей, влияет на развитие возможностей, методов и инструментов цифрового маркетинга.

В целом анализ по теме маркетингового цифрового продвижения показал, что в цифровом пространстве компании могут найти огромное количество каналов продвижения, независимо от направления или вида

деятельности, что увеличивает их шансы донести свое сообщение до конечного потребителя. Помимо возможностей, которые создает цифровое продвижение в целом для охвата более широкой аудитории, использование этих каналов продвижения охватывает новое поколение потребителей и повышает вероятность долгосрочного успеха. Используя инструменты цифрового продвижения, бренды могут более эффективно собирать данные и использовать их для более надежных и эффективных методов продвижения. Таким образом, даже отслеживание ключевых показателей эффективности в цифровой среде становится более точным процессом.

Цифровой маркетинг не является заменой традиционному маркетингу, но это эффективная альтернатива, которая иногда может достичь больших результатов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальная стратегия социально-экономического развития на период до 2030 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.clck.ru/MRvzy>. – Дата доступа: 23.01.2023.
2. Стратегия развития информатизации в Республике Беларусь на 2016-2022 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bit.ly/2MLkD14> – Дата доступа: 28.01.2023.
3. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. Бобров ВВ, переводчик; Пенькова ЕМ, редактор. Москва: ВИЛЬЯМС; 2007. – 656 с.
4. Пыжевская, А. К. Развитие цифровой экономики Республики Беларусь / А. К. Пыжевская // Первая ступень в науке: Сборник трудов по результатам работы X Международной научно-практической студенческой конференции / Отв. за выпуск О. А. Шихова. – Вологда – Молочное: ФГБОУ ВО Вологодская ГМХА, 2022. – С. 110-113.
5. Леванов, С. И. Юридино-управленческая составляющая профессиональных компетенций специалистов/ С. И. Леванов, И. Н. Дорошкевич // Перспективы развития высшей школы: материалы XIII Международной научно-практической конференции – Гродно: ГГАУ, 2020. – С. 306-309.

УДК 339.56 (476)

ANALYSIS OF FOREIGN TRADE IN AGRO-FOOD PRODUCTS IN THE REPUBLIC OF BELARUS

Ayukbessem Andrew Fossoh – Master's student

Scientific supervisor – **Hrybau A. U.**

El «Grodno state agrarian university»

Grodno, Republic of Belarus

The agrarian economy of Belarus is going through a difficult period of adaptation to the new market realities. The problem of the sustainability of foreign trade in agricultural products is insufficiently developed in theoretical and methodological terms and requires monitoring. In this regard, the

development of the basis for the formation of food security of the state should be based on the effective development of the agro-industrial complex, increasing competitiveness and optimization of foreign trade activities.

The current state of foreign trade in agri-food products in recent years is not constant. Until 2021, export-import supplies were regular, there was a certain diversification of sales markets, but the Russian Federation remained the main trading partner. This is due to historical, socio-economic, political and other prerequisites. Let us analyze agro-food trade for 2016-2020 in table.

Table – Volume of foreign trade in agricultural products and foodstuffs for 2016-2020, million USD [1]

Indicators	2016	2017	2018	2019	2020
Total					
Foreign trade in agricultural products and foodstuffs	8307,9	9555,0	9704,5	10192,6	10043,6
Export	4231,6	4971,2	5280,1	5536,8	5771,8
Import	4076,3	4583,8	4424,4	4655,8	4271,8
Balance	155,3	387,4	855,7	881,0	1500,0
Including:					
with CIS countries					
Foreign trade in agricultural products and foodstuffs	5481,8	6398,3	6811,6	7253,5	7059,9
Export	3986	4659,8	4761,3	4965,1	4975,9
Import	1495,8	1738,5	2050,3	2288,4	2084,0
Balance	2490,2	2921,3	2711	2676,7	2891,9
of which the Russian Federation					
Foreign trade in agricultural products and foodstuffs	4722,4	5356,8	5514,8	5898,0	5762,4
Export	3781,7	4242,8	4180,7	4416,8	4320,4
Import	940,7	1114,0	1334,1	1481,2	1442,0
Balance	2841,0	3128,8	2846,6	2935,6	2878,4
with countries outside the CIS					
Foreign trade in agricultural products and foodstuffs	2826,1	3156,7	2892,9	2939,1	2983,7
Export	245,6	311,4	518,8	571,7	795,9
Import	2580,5	2845,3	2374,1	2367,4	2187,8
Balance	-23349	-25339	-18553	-17957	-13919

In 2016-2020 trade in agricultural products increased by more than 20 %, exports increased significantly and in 2020 they amounted to almost 6 billion USD. The main trade and economic partner of the Republic of Belarus is Russia, which is confirmed by data on exports and imports of agricultural products. This situation is worrisome because the market for agricultural products is almost non-diversified. With the possible onset of "trade wars" it will be quite problematic for domestic commodity producers to promptly establish trade flows of agricultural products in the foreign market.

Thus, the current situation in foreign trade in agricultural products

serves as an additional catalyst for expanding the geography of agricultural products supplies.

LIST OF LITERATURE SOURCES

1. Agriculture of the Republic of Belarus: statistical digest / National Statistical Committee. Belarus; ed. by I.V. Medvedeva et al. – Minsk, 2021. – 235 p.

УДК 639.5 (476)

SOME ASPECTS OF THE BALANCED DEVELOPMENT OF FOREIGN TRADE IN BELARUSIAN AGRO-FOOD PRODUCTS

Ayukbessem Andrew Fossoh – Master's student

Scientific supervisor – **Hrybau A. U.**

EI «Grodno state agrarian university»

Grodno, Republic of Belarus

International trade in agricultural products is now an integral part of a country's economy. The export potential of these products, according to the results of 2022, amounted to more than 8 billion U.S. dollars. This emphasizes the relevance of the research topic.

According to our research, in the sphere of agro-industrial complex the most important of them are the following:

- domestic production, which is determined by production resources, natural and climatic conditions and the country's place in the international division of labor;

- the domestic food market, which is characterized by such parameters as the domestic food market, which is characterized by such parameters as the existing capacity, the volume of personal and productive consumption and export orientation of the industries, as well as food security;

- domestic food market, which is characterized by such parameters as the established capacity of the actual volume and geographic structure of foreign trade, the comparative effectiveness of export and import, as well as the comparative effectiveness of export and import;

- world market conditions, including the volume of world food export (import), demand and supply balance for the main commodity groups of agro-food products;

- participation of the country in regional and international integration communities, which has to take into account the norms and rules of trade within regional communities, capacity of partner countries' markets, foreign trade policy of member-states of the community in trade with third countries, terms of access of domestic products to the markets of trade partners and the WTO requirements [1].

However, as practice shows, there are also problems in Belarus foreign trade relations with other countries that need to be addressed:

- high specific weight of Russia in Belarus exports, underdeveloped supplies to other countries;
- low level of mutual imports, almost no imports of Belarus from Kazakhstan, Armenia and Kyrgyzstan;
- barriers to mutual access of economic entities to the market of EAEU member states in the agricultural sector.

In the context of the study of this problem, we propose to interpret the balance of foreign trade in agricultural products, raw materials and food of Belarus as the coordination of all components of the system of production, consumption and marketing of products, compliance with the necessary proportions of its development, ensuring food security mainly due to domestic production, increasing export potential, optimization of import intensity of manufactured products, as well as consumer imports. Therefore, it is legitimate to believe that the achievement of trade balance is the most important factor of stable and sustainable development of the agro-industrial complex.

To assess the effectiveness and sustainability of foreign trade, we have developed a methodology for a comprehensive assessment of the balance of foreign trade in Belarusian agricultural products within the EAEU, in the context of which we propose to make calculations in the following three interrelated areas:

- 1) efficiency of export-import operations;
- 2) diversification of trade flows;
- 3) provision of the domestic food market [1].

The novelty of the research lies in the substantiation of a set of optimization criteria (indicators, indicators) on the volume and structure of foreign trade in agricultural products and foodstuffs of Belarus for the analysis and forecasting of cost and volume indicators of trade and economic cooperation; second, in the assessment on this basis of the level of balance of foreign trade in agricultural products.

The testing of the developed methodology allowed to assess the balanced development of foreign trade in agricultural products in Belarus, taking into account current trends in the development of trade and economic relations of the country and to develop a conceptual model to ensure the balanced development of foreign trade in agricultural products.

The study revealed that the Republic of Belarus needs to significantly diversify markets for agricultural products within the EAEU to increase the level of competitiveness in foreign markets.

LIST OF LITERATURE SOURCES:

1. Lagodich, L. V. Sustainability of food market development Republic of Belarus: theory and methodology / L. V. Lagodich; National Acad. Science Belarus, IN-t of system research in the agro-industrial complex. – Minsk: Belarusian Navuka, 2015. – 256 p.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Адамчик В. Д., Чернов А. С. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В АПК	3
Алиева А. Р., Громыко О. П. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК	5
Андралойть В. А., Леванов С. Ю. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РАСХОДОВ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ ЗА 2015-2020 ГГ.	7
Андрушкевич Е. А., Дешко И. А. НАРОДНОХОЗЯЙСТВЕННОЕ ЗНАЧЕНИЕ ЯРОВОГО ЯЧМЕНЯ	9
Анташкевич Ю. А., Какора М. И. ОЦЕНКА УРОВНЯ ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ	10
Антухевич О. И., Бутенко О. Л. СОСТОЯНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНОВЫХ И ЗЕРНОБОБОВЫХ КУЛЬТУР В ХОЗЯЙСТВАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	12
Антухевич О. И., Бутенко О. Л. ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНОВЫХ И ЗЕРНОБОБОВЫХ КУЛЬТУР В ХОЗЯЙСТВАХ ЗАПАДНОГО РЕГИОНА ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	14
Ашурко Н. В., Киреенко Н. В. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ СЕЛЕКЦИОННО-ПЛЕМЕННОЙ РАБОТЫ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ	16
Балтынский В. А., Мучинская П. А., Коренная Н. П. СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЕ ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	18
Бледай В. И., Гришанова О. В. НАРОДНОХОЗЯЙСТВЕННОЕ ЗНАЧЕНИЕ МОЛОЧНОГО ПОДКОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	20
Бледай В. И., Гришанова О. В. ПРОИЗВОДСТВО МОЛОКА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И МИРЕ	21
Богдан Н. Г., Ошмяна Е. С., Козлов А. А. ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ МИРОВОГО РЫНКА САХАРА	23
Богдан Н. Г., Ошмяна Е. С., Козлов А. А. СВЕКЛОСАХАРНЫЙ ПОДКОМПЛЕКС РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	25
Бондарович В. Д., Дылюк Е. В., Коренная Н. П. КЛАСТЕРИЗАЦИЯ В АПК БЕЛАРУСИ	28
Боричевская К. С., Минина Н. Н. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ КОРМОПРОИЗВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	30
Боричевская К. С., Минина Н. Н. ОРГАНИЗАЦИЯ КОРМОПРОИЗВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	32

Бульчик А. С., Данильчик О. В. КОММУНИКАЦИИ КАК СИСТЕМООБРАЗУЮЩИЙ МЕХАНИЗМ МЕНЕДЖМЕНТА В ОРГАНИЗАЦИЯХ АПК	34
Василюк В. В., Маркусенко Н. М. ЗНАЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В РАЗВИТИИ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК	36
Вашило А. Н., Горанец С. И. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СВЯЗИ МЕЖДУ ОТРАСЛЯМИ АПК	38
Виноградова Е. Д., Климова Ю. Е. ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА АГРАРНОЙ И ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	40
Воробьев А. Д., Гришанова О. В. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЯДА КЛЮЧЕВЫХ КАТЕГОРИЙ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ, ИХ ОСОБЕННОСТИ И ВЗАИМОСВЯЗЬ	42
Воробьев А. Д., Гришанова О. В. К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ ОСНОВ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	44
Воронов А. В., Мигура М. В., Коренная Н. П. ВИДЫ ХОЛДИНГОВ В АПК БЕЛАРУСИ	45
Гаврилюк Ю. Н., Грибов А. В. СОДЕРЖАНИЕ КАТЕГОРИИ «ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ»	48
Генец Н. В., Кашура Ю. Н., Дорошкевич И. Н. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛИД-МЕНЕДЖМЕНТА В ООО «MARK FORMELLE»	50
Гой М. А., Шавельский В. В., Протасеня С. И. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ	53
Гончар В. В., Тодорич Л. П. ОЦЕНКА СТАБИЛЬНОСТИ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	55
Горбатовская Е. В., Липницкая В. В. ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ АГРАРНОЙ ЭКОНОМИКИ	57
Грива Д. С., Сырокваш Н. А. ОСВОЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВА НОВЫХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ ВОАО «БОБРУЙСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»	59
Груль В. А., Дорошкевич И. Н. СПЕЦИФИКА И ТЕХНОЛОГИИ ТИЗЕРНОЙ РЕКЛАМЫ	61
Декхонов У. А., Ганчар А. И. ОБЩИЕ МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН	63
Декхонов У. А., Ганчар А. И. ОРГАНИЗАЦИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН	65

Дешко А. А., Чергейко О. А. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОКА В СУП «МИЛКАГРО» БЕРЕСТОВИЦКОГО РАЙОНА ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	67
Дешко А. А., Чергейко О. А. АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА В СУП «МИЛКАГРО» БЕРЕСТОВИЦКОГО РАЙОНА ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	68
Довста Д. В., Дешко И. А. СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ	69
Довста Д. В., Дешко И. А. ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ	71
Дорофеев А. О., Климова Ю. Е. ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИЙ НА ПТИЦЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩУЮ ОТРАСЛЬ АПК	72
Древило К. Н., Гайдуков А. А. ДИНАМИКА ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА ИЗМЕНЕНИЕ СООТНОШЕНИЯ КРЕДИТОРСКОЙ И ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ В ОРГАНИЗАЦИИ АПК	74
Дубень А. Н., Чернушевич Е. И. АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА САХАРНОЙ СВЕКЛЫ В КСУП «МАЛЮШИЧИ» КОРЕЛИЧСКОГО РАЙОНА ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	76
Дудко Н. В., Чергейко О. А. ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ И ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКОВ ТРУДА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ	79
Дудо М. А., Данильчик О. В. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	80
Дудогло Н. Н., Пармакли Д. М. АНАЛИЗ ДИНАМИКИ РОСТА УРОЖАЙНОСТИ	83
Дудунова В. В., Миннина Н. Н. ОЦЕНКА ЗЕМЕЛЬ БЕЛАРУСИ	84
Дудунова В. В., Миннина Н. Н. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ	86
Дыканец М. О., Дыканец В. П. АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНА В ОАО «КУХИЦЬ» МИНСКОЙ ОБЛАСТИ	88
Дылюк Е. В., Бельчина Е. М. ФАКТОРЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	90
Емельяненко П. С., Гайдуков А. А. ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЯ УДЕЛЬНОГО ВЕСА ПРОСРОЧЕННОЙ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ АПК	92

Ерох А. А., Дорошкевич И. Н. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДРАСПОЛОЖЕННОСТИ К СТИЛЯМ УПРАВЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ УО ГТАУ	94
Жук В. А., Грибов А. В. НЕКОТОРЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ В ПОТРЕБЛЕНИИ МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ	97
Жук В. А., Грибов А. В. АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА МЯСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	99
Жук Д. С., Никитина Н. В. РЕАЛИЗАЦИЯ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРИМЕРЕ КСУП «ХАНЧИЦЫ-НЕМАЊ»	101
Жук Д. С., Власов В. В., Никитина Н. В. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СТРАТЕГИИ НА ПРИМЕРЕ СПК ИМЕНИ И. П. СЕНЬКО	102
Жук Д. С., Власов В. В., Никитина Н. В. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ НА ПРИМЕРЕ СПК ИМЕНИ И. П. СЕНЬКО	104
Жук Е. С., Дешко И. А. ПРОИЗВОДСТВО САХАРНОЙ СВЕКЛЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	106
Жуковец Н. В., Сырковаш Н. А. ВНЕДРЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ЭФФЕКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ НА ОСНОВЕ CRM-СИСТЕМЫ	108
Залуцкий М. А., Липницкая В. В. КАДРОВАЯ СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПУТИ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ	110
Захаренко Т. А., Васильев В. В. МОДЕЛИ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ	112
Захарова Ю. В., Артеменко С. И. УПАКОВКА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЛИВОЧНОГО МАСЛА	114
Златова В. В., Дудогло Т. Д. ОЦЕНКА ДИНАМИКИ ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ	116
Зулева О. А., Латенкова А. В. МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА: СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЯ	118
Иванашко Н. Д., Дорошкевич И. Н. СОВРЕМЕННЫЕ КАЧЕСТВА МОЛОДОГО РУКОВОДИТЕЛЯ	120
Игнатович В. И., Суша С. С., Язубец Л. А. АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНОВЫХ И ЗЕРНОБОБОВЫХ КУЛЬТУР В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	122
Камчиц Н. С., Дорошкевич И. Н. ОНИОМАНИЯ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ТЕОРИИ МАССОВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ	124

Карпеш Д. В., Лабурдова И. П. НАПРАВЛЕНИЕ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ	126
Карпеш Д. В., Гайдуков А. А. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК РАЗЛИЧНОГО УРОВНЯ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ	128
Касьян Н. И., Гришанова О. В. ПРОИЗВОДСТВО МОЛОКА И МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	130
Кашура Ю. Н., Дорошкевич И. Н. МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: СПЕЦИФИКАЦИЯ ПРИМЕНЕНИЯ, ПРИМЕРЫ	131
Кипцевич В. С., Лабурдова И. П. НАЛОГИ В ФОРМИРОВАНИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	134
Клячченко Е. А., Бельчина Е. М. МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ	136
Ковалевич К. Н., Горанец С. И. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ АПК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	138
Козлова Л. А., Пестис М. В. ДИНАМИКА ЧИСЛЕННОСТИ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	140
Козлова Л. А., Пестис М. В. ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ НАГРУЗКИ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	142
Кононович А. А., Станкевич И. И. ПЛОДООВОЩЕКОНСЕРВНАЯ ОТРАСЛЬ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	144
Корото Е. А., Дидюля Л. В. ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОКА В СПК «ГОЖА» ГРОДНЕНСКОГО РАЙОНА	146
Кочанов Д. А., Гесть Г. А. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА В УО СПК «ПУТРИШКИ» ГРОДНЕНСКОГО РАЙОНА	148
Кривецкая Д. А., Сапун О. Л. ЦИФРОВИЗАЦИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	149
Кройтор Н. Д., Пармакли Д. М. ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В ЗОНАХ НЕУСТОЙЧИВОГО ЗЕМЛЕДЕЛИЯ	151
Куделко П. Ю., Пестис М. В. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА САХАРНОЙ СВЕКЛЫ В КПСУП «ГРОДНЕНСКАЯ ПТИЦЕФАБРИКА»	153

Кулаков Д. Э., Минина Н. Н. ХАРАКТЕРИСТИКА ОТРАСЛИ КОРМОПРОИЗВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	155
Кунцевич М. А., Горанец С. И. СУЩНОСТЬ, ВИДЫ И ИСТОЧНИКИ ИНВЕСТИЦИЙ В СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО	157
Лазарчук Е. О., Редько В. Н. ДВУСТОРОННЕЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ КАК МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ	159
Лапаник А. И., Колеснева Е. П. УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКОЙ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ АПК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	161
Лапицкий А. В., Дешко И. А. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	164
Лебедкин Н. В., Бычек И. И. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ	165
Ленец Е. А., Козлов А. А. МОЛОЧНОЕ СКОТОВОДСТВО ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	167
Лобажевич А. Н., Ананич И. Г. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ КУКУРУЗЫ НА ЗЕРНО В ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	169
Лошковская А. С., Изосимова Т. Н. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ ЖИВОТНОВОДСТВА	171
Лучина А. А., Язубец Л. А. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЭКСПОРТА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ ИЗ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	173
Лялько Н. С., Головков В. А. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РАСТЕНИЕВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	175
Мазуркевич К. В., Мирский Д. М. ПРОИЗВОДСТВО РАПСА В МИРЕ	177
Мазуркевич К. В., Мирский Д. М. ПРОИЗВОДСТВО РАПСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	178
Макаревич Е. Л., Гришанова О. В. ПРОИЗВОДСТВО КАРТОФЕЛЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	180
Максимук М. А., Пестис М. В. РАЗВИТИЕ РЫНКА ЗЕРНА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	182
Максимук М. А., Пестис М. В. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНА В ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	184

Малахова Т. В., Гайдуков А. А. ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ НАРАЩИВАНИЯ УРОВНЯ КОРМЛЕНИЯ КОРОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА	186
Малахова Т. В., Гайдуков А. А. ДИНАМИКА ОКУПАЕМОСТИ КОРМОВ В МОЛОЧНОМ СКОТОВОДСТВЕ ОТДЕЛЬНОГО РЕГИОНА	188
Малахова В. А., Артеменко С. И. ИССЛЕДОВАНИЕ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	190
Мартинкевич А. Д., Леванов С. Ю. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА «ТАЙНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ» В ОЦЕНКЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	192
Меньшакова М. В., Миннина Н. Н. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОИЗВОДСТВА СЕМЯН РАПСА В БЕЛАРУСИ	194
Меньшакова М. В., Миннина Н. Н. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА СЕМЯН РАПСА В БЕЛАРУСИ	196
Мигура М. В., Станкевич И. И. ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	198
Миклаш В. Г., Язубец Л. А. МОЛОЧНОЕ СКОТОВОДСТВО РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ КАК ОДНО ИЗ ВАЖНЕЙШИХ НАПРАВЛЕНИЙ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОТРАСЛИ СТРАНЫ	200
Миненко А. И., Дешко И. А. ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ	202
Михальчяна И. В., Дорошкевич И. Н. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МОДЕЛИ ЦЕННОСТЕЙ ПОТРЕБЛЕНИЯ ШЕТА-НЬЮМАНА-ГРОССА	203
Молева А. С., Ганчар А. И. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ БЕЛАРУСИ	205
Мучинская П. А., Станкевич И. И. СПЕЦИФИКА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В СФЕРЕ АПК	207
Нагорная Е. С., Титова И. А., Сырокваш Н. А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «МОЛОЧНЫЕ ГОРКИ»	209
Недбайленко В. В., Климова Ю. Е. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ ПРИМЕНЕНИЯ DIGITAL-МАРКЕТИНГА	211
Иброхимов Санжарбек Ойбек угли, Чернов А. С. ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ И ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ	213
Иброхимов Санжарбек Ойбек угли, Чернов А.С. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ СТРУКТУР	215

Олехнович А. А., Протасеня С. И. ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА КАК ВАЖНЕЙШИХ ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА	217
Орел Н. С., Изосимова Т. Н. СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА САХАРНОЙ СВЕКЛЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	219
Осипик А. В., Катуняна С. В. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ОТРАСЛИ МЯСНОГО СКОТОВОДСТВА	221
Павлова В. М., Фрейдин М. З. АНАЛИЗ РЫНКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	223
Пархоменко А. Р., Климова Ю. Е. ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ПРОМЫШЛЕННОМ ПРОИЗВОДСТВЕ: ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ	226
Пачко Е. В., Маркусенко Н. М. ПЛАНИРОВАНИЕ ТРУДОЗАТРАТ И ФОНДА ОПЛАТЫ ТРУДА В РАСТЕНИЕВОДСТВЕ	228
Пилец Е. Ю., Дидюля Л. В. АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО ПЛОДОВ В ОАО «ЧЕРЛЕНА» МОСТОВСКОГО РАЙОНА	230
Подгурский А. М., Ганчар А. И. СНИЖЕНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНОВЫХ В КСУП «ГНЕЗНО» ВОЛКОВЫССКОГО РАЙОНА	232
Подгурский А. М., Ганчар А. И. ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КСУП «ГНЕЗНО» ВОЛКОВЫССКОГО РАЙОНА	234
Попуцевич Ю. В., Горанец С. И. ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА В АПК	236
Прудник В. А., Сауль П. А., Липницкая В. В. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	238
Пушкин Е. И., Климова Ю. Е. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ АПК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	240
Пыжевская А. К., Никитина Н. В. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ АГРОЭКОТУРИЗМА ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	242
Ракей Е. А., Станкевич И. И. АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	243
Ращцкая Е. В., Задорожная Н. А. РЫНОК МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В США	245
Рогачевский А. А., Дидюля Л. В. ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА РАПСА В СПК «ПРОГРЕСС-ВЕРТЕЛИШКИ» ГРОДНЕНСКОГО РАЙОНА	247
Рожнова Т. Д., Бутенко О. Л. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА МЯСА И МЯСНЫХ ПРОДУКТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	249

Романенко К. И., Ушкевич А. М. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА КУКУРУЗЫ НА ЗЕРНО В КСУП «НЕВЕРОВИЧИ»	251
Романенко К. И., Ушкевич А. М. НАРОДНОХОЗЯЙСТВЕННОЕ ЗНАЧЕНИЕ КУКУРУЗЫ НА ЗЕРНО	253
Самец А., Сапун О. Л. SWOT-АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	255
Свистунова Ю. В., Бычек И. И. АТТЕСТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ И МЕРОПРИЯТИЯ ПО ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ	256
Свистунова Ю. В., Бычек И. И. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ И КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	258
Севко А. А., Чергейко О. А. МОЛОЧНАЯ ПРОДУКТИВНОСТЬ КОРОВ В КСУП «СУББОТНИКИ»	260
Севко А. А., Дорошкевич И. Н. АНАЛИЗ ЦЕН В ОБЪЕКТАХ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В МИКРОРАЙОНЕ Г. ГРОДНО	261
Сенкевич М. С., Сырокваш Н. А. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ	263
Середич А. М., Базылев М. В., Ханчина А. Р. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОМ АГРОПРЕДПРИЯТИИ ОАО «АЛЕКСАНДРИЙСКОЕ»	265
Силивончик В. Д., Коробова Н. М. УПРАВЛЕНИЕ ОТНОШЕНИЯМИ С ПОСТАВЩИКАМИ (SRM)	267
Скрылькова Е. С., Климова Ю. Е. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЭКОНОМИКИ АПК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	269
Смелякова А. Д., Шило М. Е. РОЛЬ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ	271
Смелякова А. Д., Шило М. Е. СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ	273
Сорокина М. Д., Дидюля Л. В. О РАЗВИТИИ ЗЕРНОВОЙ ОТРАСЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	275
Сталиневич Н. А., Дешко И. А. СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА В ХОЗЯЙСТВАХ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	277
Сталиневич Н. А., Дешко И. А. АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА В ХОЗЯЙСТВАХ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	278

Старанович А. П., Высокоморный В. И. РАЗВИТИЕ СВИНОВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	279
Стецко А. О., Гесь Г. А. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА ГРЕЧИХИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	281
Ступчик М. Д., Дорошкевич И. Н. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛИД-МЕНЕДЖМЕНТА В МАРКЕТИНГЕ	283
Сущенко Д. Л., Минина Н. Н. ХАРАКТЕРИСТИКА МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ БЕЛАРУСИ	285
Сущенко Д. Л., Минина Н. Н. ПОЗИЦИЯ БЕЛОРУССКОЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ	287
Тимошкова В. Р., Горанец С. И. ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ	289
Тихоненко Т. И., Латенкова А. В. ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИЙ (ПРЕДПРИЯТИЙ) АПК	291
Тихоненко Т. И., Латенкова А. В. ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИЙ (ПРЕДПРИЯТИЙ) СФЕРЫ АПК	293
Траенович А. В., Рыжая Д. А., Протасеня С. И. АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ «ООО GUSTUS»	295
Трепашко В. С., Бычек И. И. СИСТЕМА МОТИВАЦИИ ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИИ	297
Туркиневич Т. Д., Дорошкевич И. Н. СПЕЦИФИКА МАРКЕТИНГА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	301
Тюрева О. П., Дешко И. А. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДАТЧИКОВ «ОВИ-ВОУ» В ЖИВОТНОВОДСТВЕ	303
Урбанович Е. Н., Грибов А. В. АНАЛИЗ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «ГРОДНЕНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»	305
Урбанович Е. Н., Грибов А. В. КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА ОАО «ГРОДНЕНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ» НА ВНУТРЕННЕМ РЫНКЕ	307
Федорова Н. С., Фань Вэй, Горасева Т. Ю. МЕСТО ЭКОТRENDA В БОРЬБЕ С ПРОБЛЕМОЙ ОТХОДОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	309
Филон А. В., Высокоморный В. И. АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНА В УО СПК «ПУТРИШКИ» ГРОДНЕНСКОГО РАЙОНА	312
Хватова Н. С., Фурс М. В. БЮДЖЕТИРОВАНИЕ И ЕГО РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ	314

Хватова Н. С., Фурс М. В. ПРАКТИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ В КОНТЕКСТЕ ОСНОВНЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ФУНКЦИЙ	316
Ходус У. А., Леванов С. Ю. МЕТОДЫ УВЕЛИЧЕНИЯ КОНВЕРСИИ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	318
Цырульник Е. С., Леванов С. Ю. МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: СПЕЦИФИКА ПРИМЕНЕНИЯ	320
Чебакова Т. А., Пахомова Т. В. АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В ООО «ДЕРГАЧЕВСКИЙ ЭЛЕВАТОР» ДЕРГАЧЕВСКОГО РАЙОНА САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ	322
Шавельский В. В., Гой М. А., Протасеня С. И. ФАКТОРЫ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ	324
Шафранская Е. А., Гайдуков А. А. УРОВЕНЬ ВЛИЯНИЯ КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ НА ИЗМЕНЕНИЕ КОЭФФИЦИЕНТА ТЕКУЩЕЙ ЛИКВИДНОСТИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ АПК РЕГИОНА	326
Шафранская Е. А., Лабурдова И. П. НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕСТВОВАНИЯ КРЕДИТОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	328
Шаховская А. В., Артеменко С. И. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ САЙТА В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «ОРШАНСКИЙ МЯСОКОНСЕРВНЫЙ КОМБИНАТ»	330
Шашкова Н. А., Минина Н. Н. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОИЗВОДСТВА ОВОЩЕЙ ОТКРЫТОГО ГРУНТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	332
Швед И. А., Дорошкевич И. Н. МОДЕЛЬ АДАВ МАРКЕТИНГЕ	334
Шевчук М. В., Музыченко А. А., Коренная Н. П. ДИВЕРСИФИКАЦИЯ СЕЛЬСКОЙ ЭКОНОМИКИ	336
Шимановский А. Ч., Суханова Е. А. АНАЛИЗ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ОАО «ГРОДНЕНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ» В 2021 ГОДУ	338
Шинтарь Д. Д., Михачева В. А., Лукашевич А. В. ОПТИМИЗАЦИЯ РАЦИОНА КОРМЛЕНИЯ КРУПНОГО РОГАТОГО СКОТА С ПРИМЕНЕНИЕМ ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ	340
Шниша К. Н., Бондарович Л. А. ТЕНДЕНЦИИ САХАРНОГО ПРОИЗВОДСТВА В МИРЕ	342
Шляжас Л. И., Цебро Т. В. СПЕЦИФИКА И ТЕХНОЛОГИИ ТИЗЕРНОЙ РЕКЛАМЫ	344
Юркевич Ф. М., Волкова Е. В. МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ УРОВНЯ ЦИФРОВОЙ ЗРЕЛОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ	347

Юрченко О. А., Климова Ю. Е. РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА	349
Юрчик М. С., Бычек И. И. АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ОАО «БАРАНОВИЧСКОЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ХЛОПЧАТОБУМАЖНОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ»	351
Яблонский Д. А., Цебро Т. В. ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА	353
Ayukbessem Andrew Fossoh, Hrybau A. U. ANALYSIS OF FOREIGN TRADE IN AGRO-FOOD PRODUCTS IN THE REPUBLIC OF BELARUS	355
Ayukbessem Andrew Fossoh, Hrybau A. U. SOME ASPECTS OF THE BALANCED DEVELOPMENT OF FOREIGN TRADE IN BELARUSIAN AGRO-FOOD PRODUCTS	357
