практическая конференция к 80-летию Института экономики НАН Беларуси, Минск, 24-25 марта 2011 г. 2011. С. 672-674. URL: http://economics.basnet.by/files/Conf2011.pdf.

12. О программе совершенствования агропромышленного комплекса Республики Беларусь на 2001-2005 годы: Указ Президента Республики Беларусь от 14.05.2001 №256

13. О государственной программе возрождения и развития села на 2005-2010 годы: Указ Президента Республики Беларусь от 25.03.2005 №150.

14. О государственной программе устойчивого развития села на 2011-2015 годы: Указ Президента Республики Беларусь от 01.08.2011 №342.

15. Чулок А. АПК будущего. Взгляд на сельское хозяйство сквозь призму анализа больших данных. *Агроинвестор.* 2019. URL: https://www.agroinvestor.ru/analytics/article/31304-apk-budushchego.

Шоломицкий Д.О. *магистрант,*
Полесский государственный университет
Научный руководитель: **Гуща П.В.**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет,
г. Пинск, Республика Беларусь

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ФИЛИАЛ ОАО «БЕРЕСТЕЙСКИЙ ПЕКАРЬ» ПИНСКИЙ ХЛЕБОЗАВОД

THE WAYS OF INCREASE OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISE ON THE EXAMPLE OF THE BRANCH OF OJSC «BREST BAKER» PINSKY BAKERY

Аннотация: в данной статье рассмотрено понятие «конкурентоспособность товара», рассматриваются способы повышения конкурентоспособности предприятия филиал ОАО «Берестейский пекарь» Пинский хлебозавод в современных экономических условиях. Анализируется деятельность предприятия филиал ОАО «Берестейский пекарь» Пинский хлебозавод и его основных конкурентов на территории г. Пинска и Брестской области. Разработаны мероприятия по повышению конкурентоспособности филиал ОАО «Берестейский пекарь» Пинский хлебозавод.

Ключевые слова: товар, конкуренция, конкурентоспособность, оценка конкурентоспособности, повышение конкурентоспособности.

Abstract: in this article the concept of "competitiveness of goods" is considered, ways of increase of competitiveness of the enterprise branch of JSC "Beresteysky Baker" Pinsky bakery in modern economic conditions are considered. The activity of the enterprise branch of JSC "Beresteysky Baker" Pinsky bakery and its main competitors in the territory of Pinsk and Brest region is analyzed. Measures are being developed to improve the competitiveness of the branch of JSC "Beresteysky Baker" Pinsky bakery.

Keywords: goods, competition, competitiveness, assessment of competitiveness, increase of competitiveness.

Товар – главный объект на рынке. Он имеет стоимость и потребительную стоимость (или ценность), обладает определенным качеством, техническим уровнем и надежностью, задаваемой потребителями полезностью, показателями эффективности в производстве и потреблении, другими весьма важными характеристиками. Действенность факторов, определяющих позиции производителя, проверяются в процессе конкурентного соперничества товаров в условиях развитого рыночного механизма, позволяющего выявить отличия данного товара от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение. Для этого товар должен обладать определенной конкурентоспособностью [1, с.107].

Конкурентоспособность товара – это такой уровень его экономических, технических и эксплуатационных параметров, который позволяет выдержать соперничество (конкуренцию) с другими аналогичными товарами на рынке. Она определяется совокупностью потребительских свойств данного товара- конкурента по степени соответствия общественным потребностям с учетом затрат на их удовлетворение, цен, условий поставки и эксплуатации в процессе производительного и (или) личного потребления.

Для выявления причин уменьшения объемов производства был проведен мониторинг торговой сети г. Пинска. В результате анализа цен конкурентов, присутствующих на рынках, где реализуется кондитерская и хлебобулочная продукция Пинского хлебозавода, выявлено, что ценовой уровень кондитерской продукции нашего предприятия является приемлемым, хлебобулочные изделия находятся в высшей ценовой категории. Конкуренты занимают 40% [2, с.25] от общего объема рынка хлебобулочных изделий г. Пинска и Пинского района. К ним относятся: пекарня Пинского РАЙПО (г.п.Логишин, д.Погост) - выпускают хлебобулочную и кондитерскую продукцию, ОАО «Надзея» г.Пинск – хлебобулочную и кондитерскую продукцию , супермаркет и универсам «Алми» (ЗАО «Юнифуд»), гипермаркет и супермаркет «Евроопт» - производство хлебобулочной и кондитерской продукции в собственных пекарнях, Ивановское РАЙПО и ЧТУП «Светлана» – хлебобулочные изделия и кондитерские изделия, ПЧТУП «Аникссанна» в г/п Мотоль – производство хлебобулочной и кондитерской продукции, частная пекарня в г. Ивацевичи – производство хлебобулочных изделий, КУП Минскхлебпром“ – хлебобулочные и кондитерские изделия, ЧУП «ДМК-хлеб» г. Берёза.

Общее падение объемов реализации продукции предприятия вызвано увеличением производства и реализации хлебобулочных изделий самими торговыми предприятиями (увеличили производство ЧУП ”Гудьер“, ОАО ”Бакалея-Пинск“ (продукция реализуется во свей сети магазинов ”Бакалея -Пинск“, выпечка производится в магазинах ОАО ”Санта“ : ”Санта-18“, ”Санта-1“ и распределяется между близ лежащими магазинами ОАО ”Санта“, в 2-х магазинах ”АЛМИ“, в гипермаркете ”Евроопт“). Гипермаркет ”Евроопт“, супермаркеты ”Алми“, привлекающие покупателей широчайшим ассортиментом товаров всех групп и ценовых уровней, систематическими акциями по снижению цен на большое количество товаров, наличием большого кулинарного отдела, своей работой привели к перераспределению покупателей в городе Пинске и произошёл отток большого числа покупателей из городской сети в эти крупные торговые объекты. Производимая хлебобулочная продукция в данных торговых предприятиях реализуется в горячем виде, непосредственно после выпечки, что так же является активным побуждающим к покупке фактором. Растет доля собственного производства торговых предприятий.

Таблица 1

Объемы реализации хлебобулочных изделий на территории г. Пинска на 2018г.

№ п.п.	Наименование производителя	Хлебобулочные изделия, тонн	Доля рынка, %
1	ООО ”Надзея“	50	0,5
2	Пинский коопрпром	2426,5	26,0
3	Пинский хлебозавод	5148,2	52,7
4	ОАО ”Берестейский пекарь“ (в том числе Столинский хлебозавод)	140	1,5
5	КУП ”Минскхлебпром“	220	2,3
6	ЗАО ”Юнифуд» маг. «Алми“	480	5.0
7	г. Ивацевичи	62	0,6
8	г. Иваново	340	3,5
9	ООО ”Евроторг“	650	6,8
10	СП ООО ”Санта Ритейл “ (торговая сеть)+филиал	45	0,5
11	ОАО ”ПинскБакалея“ (торговая сеть)	46	0,5
12	ОАО ”Универсам-Пинск“	3,6	0,04
13	ОАО ”Север-Пинск“	2,5	0,03
14	РУПП ”Гроднохлебпром“	12	0,1
	Итого	9625,8	100

Примечание - Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Исходя из анализа рынка хлебобулочных и кондитерских изделий, можно сделать следующие выводы:

- по хлебобулочным изделиям Пинский хлебозавод занимает лидирующее положение в городе 52,7%. Стремительно на рынок выходят новые производители и поставщики, такие как ЗАО ”Юнифуд“, ООО ”Евроторг“. Кроме того, потребкооперация предлагает на рынке широкий ассортимент хлебобулочных изделий, изготовленных с использованием ускоренной технологии и улучшителей, по низким ценам.
- самые низкие значения по показателю доля рынка на территории г. Пинска на 2018г. показали ОАО ”Север-Пинск“, ОАО ”Универсам-Пинск“, РУПП ”Гроднохлебпром“.
- ближайшим конкурентом по показателю доля рынка на территории г. Пинска на 2018г. являлся Пинский коопрпром, доля рынка которого составляла 26% в общем объеме.

Как видно из диаграммы Пинский хлебозавод является бесспорным лидером на рынке хлебобулочных изделий.

С целью получения более точной информации о потребителях хлеба и хлебобулочной продукции было проведено маркетинговое исследование. Большинство пинчан удовлетворены вкусом хлеба, который они могут приобрести в розничной торговле. Но производители могут увеличить свои продажи за счет улучшения своей продукции. Более половины потребителей готовы платить за хлеб который будет вкуснее и полезнее.

По мнению экспертов, сегодня развитие рынка хлебобулочных изделий происходит в основном за счет нетрадиционных сортов, растет спрос на новые сорта хлеба с более сложной рецептурой и сдобу, в то время как потребление "социального" хлеба достаточно стабильно на протяжении уже нескольких лет.

В опросе приняло участие 150 человек. Респонденты – мужчины и женщины, в возрасте от 18 до 65 лет, проживающие в г. Пинске. Выборка квотировалась по полу и возрасту.

Пинчане едят хлеб достаточно часто. Три четверти респондентов (74%) ответили, что едят хлеб каждый день. Около 15% едят его хотя бы раз в неделю. Не едят или едят очень

редко около 10% пинчан. Женщины едят хлеб реже мужчин. Доля женщин, ответивших, что употребляют хлеб каждый день, на 13% меньше доли мужчин. Так же среди тех, кто не ест хлеб или ест его редко, женщин в два раза больше, чем мужчин. Доля пинчан, употребляющих хлеб каждый день, в возрастной группе 46-65 лет на 20% больше, чем в возрастной группе 18-24.

Буханка черного и батон белого – основные типы хлеба, потребляемого в Пинске. 82% респондентов ответили, что за прошедшую неделю ели пшеничный хлеб и три четверти, что ели хлеб ржаной; бездрожжевой и зерновой хлеб употребляли 12% потребителей. 55% потребителей чаще всего едят пшеничный хлеб. Ржаной хлеб чаще всего едят чуть более четверти респондентов (28%).

Самая распространенная причина отказа от употребления хлеба – диета. 34% респондентов, из тех, кто не употребляет хлеб или ест его очень редко, назвали причиной отказа от употребления хлеба именно диету. В основном это женщины, следящие за фигурой. Доля тех, кто не ест хлеб по причине того, что в хлебе содержится мало витаминов, составляет 15%(из тех, кто не ест хлеб или ест его очень редко). 15% просто не нравится вкус хлеба.

Современный рынок хлебобулочных изделий представлен довольно широко и в особенности он движется в направлении здорового питания. Сюда входят хлебобулочные изделия с добавлением зерна и отрубей, бессолевые хлебобулочные изделия, хлеб с пониженной кислотностью. Все эти разновидности хлебобулочных изделий, призваны не только разнообразить вкусовые качества, но также поддержать здоровье разных групп населения, именно питательный и обогащенный витаминами хлеб сможет удовлетворить потребности людей, отказавшихся от употребления хлеба, по причине диеты или из-за недостатка в нем витаминов.

В среднем пинчане покупают хлеб 4 раза в неделю. Около трети пинчан (31%) покупают хлеб 3-4 раза в неделю. Около четверти респондентов покупают хлеб каждый день, столько же с периодичностью 1-2 раза в неделю.

Пощупать хлеб – самый распространенный способ принять решение о покупке или отказе от покупки хлеба в магазине. 56% респондентов ответили, что при выборе хлеба в магазине обращают внимание на его «мягкость». Около половины 49% обращают внимание на внешний вид, 36% смотрят на срок годности, 27% на производителя. На состав, цену и другие характеристики хлеба смотрят по 10% респондентов.

С целью совершенствования конкурентоспособности продукции предлагается производство диетического и обогащенного витаминами хлеба из овса. Большинство людей отказываются от употребления хлеба из-за того что соблюдают диету а также считают хлеб не полезным и не вкусным. Блюда и продукты, созданные на основе овса - это не только вкусно, но и полезно. Этот злак богат жирами и витаминами. Натуральный овес обладает сочетанием таких питательных веществ, как Я-глюкан, витамины В1, В2, В6, К, Е, Н и рядом минералов: фосфор, калий, сера, кремний, магний, марганец. Хлор, никель, цинк и др. В нем также содержатся незаменимые аминокислоты и протеины. В состав овса входят (%): белки - 17, крахмал – 65, жиры – 7. Но основную часть представляет клетчатка (11%).

В наше время, когда люди стали уделять своему здоровью более пристальное внимание, правильное питание является необходимым условием жизни, особенно в городской среде. Овес как нельзя лучше вписывается в этот стандарт. Весь ассортимент хлебобулочной продукции ОАО производят из высокосортного сырья, используются

функциональные добавки. Использование пшеничных отрубей увеличивает усвояемость белков мякиша хлеба.

Расфасовка овсяного хлеба по 0,4 кг будет производиться в упаковочный материал. Данный хлеб представляет собой изделие продолговатой формы с округленными концами и косыми надрезами на поверхности. Изготавливать хлеб предполагается в ночную смену, а затем с утра развозить по торговым точкам г. Пинска.

Резерв производственных мощностей имеется. Планом предусматривается производственная программа в объеме 60 тонн в первый год производства.

Предполагается, что продукция будет производиться на имеющемся оборудовании. Оборудование для производства хлеба полностью исправно. В комплект оборудования входят следующие агрегаты: хлебопекарная печь Г4 ПХС-50, хлебопекарная печь ПХС-25, хлебопекарная печь ППЦ-1250, четырёхярусная термомасленная печь ”Hanseat“, электрошкаф ПМСМ-3, тесто-округлитель ТО – 4, тестозакаточные Машины ТЗ – 3М, тестораскаточные машины ТЗ - 3М, тестомесильная машина, мелкие инструменты, такие как ножи, скребки, щетки, посуда для приготовления теста. Кроме оборудования для производства хлебобулочных изделий, которые относятся к пищевым продуктам, необходимо получение сертификата качества, сертификат соответствия нашей продукции нормам, указанным в гигиеническом сертификате и разрешения на производственную деятельность.

Все необходимые ингредиенты предполагается закупать у постоянных поставщиков. Все компоненты овсяного хлеба, производство которого предполагается, не являются дефицитными, поэтому сбоев с поставками сырья не предвидится и проблем, связанных с их потреблением возникать не будут. Рассчитаем затраты сырья на 1 т. готовой продукции (табл. 2).

Таблица 2

Расчет потребности в сырье для производства продукции.

Наименование сырья	Цена единицы сырья, руб. за кг	Норма расхода на 1т готовой продукции, кг	Стоимость сырья, руб.
Мука овсяная	1.00	630,71	630.71
Овсяные отруби	4.00	72,30	289.20
Дрожжи	7.00	18.23	127.61
Сахар	0.80	8,5	6.80
Масло растительное	1.70	14.04	23.87
Соль	0.30	12,71	3.81
Вода	0.75	0,508	0.38
Итого на 1т готовой продукции	-	-	1082.38

Примечание - Источник: собственная разработка на основе данных предприятия [3]

Таким образом, для производства 1 тонны готовой продукции необходимо 1082,38 руб. Затраты на сырье являются переменными, и зависят от количества выпускаемой продукции.

Экономисты ОАО ”Берестейский пекарь“ при планировании затрат на электроэнергию, не зависимо от вида хлеба, используют норматив 14,1 кВт на 1 т готовой продукции. Это установленная норма при планировании затрат на предприятии.

При описании производственного процесса необходимо указать производственный график работы. Предполагается производить продукцию в течение 12-и часового рабочего

дня с одной рабочей сменой, без выходных (30 рабочих дней в месяц).

Во второй год зарплата на единицу продукции не изменится, если мы не будем увеличивать расценки. Изменится только зарплата непосредственно у каждого работника на 20% за выпуск «Овсяного хлеба» по сравнению с 1-ым годом реализации проекта, поскольку планируется увеличить выпуск на 20%.

Далее произведем расчет общепроизводственных и общехозяйственных расходов на 1 тонну изделия. Это те расходы, которые не зависят от объёма выпускаемой продукции. Общехозяйственные и общепроизводственные расходы это – постоянные затраты. К постоянным издержкам относятся затраты, величина которых не меняется с изменением объёмов производства. Они должны быть оплачены, даже если предприятие не производит продукцию. К ним относятся затраты на аренду зданий и оборудования, страховые взносы, оплата высшего управленческого персонала, амортизацию основных фондов и другие относительно постоянные расходы. В филиал ОАО ”Берестейский пекарь“ Пинский хлебозавод эти расходы относятся на себестоимость выпускаемой продукции согласно удельному весу прямой заработной платы. Следовательно удельный вес этих затрат в структуре себестоимости будут занимать практически постоянную величину (табл. 3).

Таблица 3

Расчет себестоимости 1 т. овсяного хлеба, бел. руб.

Элементы затрат	Сумма затрат на 1т, бел. руб.
Сырье	1082,38
Вспомогательные материалы	130
Транспортно-заготовительные расходы	50
Топливо на технологические цели	40
Энергия на технологические цели	70
Заработная плата производственных рабочих	120
Отчисления в ФСЗН (34%)	40,8
Отчисления в Белгосстрах (0,6%)	0,72
Амортизация	30
Общепроизводственные (цеховые) расходы	15
Общехозяйственные (заводские) расходы	7
Итого полная себестоимость	1585,9
Плановая прибыль (25%)	396,5
Отпускная цена (без НДС)	1982,4
НДС (20%)	396,5
Отпускная цена с НДС	2378,9
Отпускная цена единицы продукции с НДС	0,95

Примечание - Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Рассчитаем рентабельность данной продукции:

$$\text{Рентабельность} = (П / С) \times 100\%.$$

$$\text{Рентабельность} = (23790 / 1585{,}9) \times 100\% = 15\ \%$$

Таким образом, согласно расчетам, свободная цена реализации овсяного хлеба составит 0.95 р.

Персонал, обслуживающий участок на новой линии будет включён в состав производственного участка по производству хлеба и кондитерских изделий с установлением подчинения руководству предприятия в соответствии с трудовым договором и Уставом предприятия.

На первый взгляд может сложиться впечатление, что новые товары нежелательны для предприятия, так как они в краткосрочном плане ухудшают его экономические показатели,

увеличивают издержки, нарушают стабильность организации производства и сбыта. Однако логика современного рынка такова, что именно способность создавать новые товары отличает предприятия, ориентированные на реализацию концепции маркетинга. Большая часть инновационных товаров непохожа на обычные. Эти товары нужно продавать при помощи зрелищных мероприятий, рекламы. Если вести разговор о создании и введении новой продукции, то основой маркетинга на предприятии являются потребности людей. К введению нового продукта предприятие подходит системно. Производится поиск идей продукции, выбор идеи. Идеи приносят коммерческий успех компании. Новинка предприятия – продукт, являющийся новым вариантом уже имеющейся продукции других фирм. Введение нового продукта на предприятии ОАО ”Берестейский пекарь“ принесет предприятию прибыль.

Список использованных источников

1. Багиев Г.Л. Маркетинг. М.: “Экономика”, 2000. 576с.

2. Бизнес – план филиал ОАО «Берестейский пекарь» Пинский хлебозавод. Пинск: 2018. г.

3. Постановление национального статистического комитета Республики Беларусь URL: https://normativka.by/lib/document/500257328/sid/8564c86269b6492db60a44c3423fb091.

Янковий А.С., *здобувач вищої освіти*
спеціальності «Менеджмент»
Вінницького інституту Університету «Україна»
Науковий керівник: **Жукова О.А.,** старший викладач
кафедри бізнесу і права
Вінницький інститут Університету «Україна»

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

THEORETICAL ASPECTS OF MANAGEMENT OF THE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

Анотація. В статті висвітлено сутність управління зовнішньоекономічною діяльністю, охарактеризовано принципи та методи які використовуються суб’єктами господарювання при здійсненні ЗЕД. Обґрунтовано необхідність подальшого розвитку механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств України.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, принципи зовнішньоекономічної діяльності, зовнішньоекономічна політика, експортно-імпортна діяльність.

Abstract. The article deals with the essence of foreign economic activity management, describes the principles and methods used by economic entities in carrying out foreign trade activities. The necessity of further development of the mechanism of management of foreign economic activity of Ukrainian enterprises is substantiated.