

Наукоемкие, высокотехнологичные услуги должны стать «точками роста» для традиционных отраслей, содействовать дальнейшему наращиванию экспортного потенциала государства формированию сферы услуг на новом этапе и технологическом уровне.

Главной целью развития сферы услуг является обеспечение потребностей экономики и населения в широком спектре высококачественных услуг по доступным тарифам, создание высокоразвитой сферы услуг, гарантирующей высокое качество жизни населения и адаптированной к рынкам услуг стран ВТО. Приоритетное развитие сферы услуг будет осуществлено значительным ростом внутреннего спроса экономики страны на высокотехнологичные, наукоемкие и знаниеемкие услуги, обусловленном модернизацией производства и экономических отношений.

Стратегические позиции в структуре экономики займут информационно-коммуникационные, инжиниринговые, финансовые, деловые, логистические, инжиниринговые, финансовые, деловые, а также традиционные виды услуг, которые потерпели значительные изменения под влиянием инноваций.

УДК 338.32

**А. Прозорович**  
(Республика Беларусь)

Научный руководитель Л.А. Казакевич, к.ф.-м.н., доцент  
Белорусский государственный аграрный технический университет

## **ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОАО «БАРАНОВИЧСКИЙ КОМБИНАТ ХЛЕБОПРОДУКТОВ» КАК ФАКТОР ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

В современной рыночно экономике целью любого предприятия становится удержание и закрепление позиций в сфере своей деятельности. Эта цель может быть достигнута лишь в случае наличия определенного конкурентного преимущества, в качестве которого выступает и производственный потенциал.

ОАО «Барановичский комбинат хлебопродуктов» является одним из крупнейших предприятий Беларуси по производству муки и комбикормов. Основная продукция, выпускаемая комбинатом, представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Продукция ОАО «Барановичский комбинат хлебопродуктов»

Вид продукции	Разновидность продукции
Мука	пшеничная, ржаная, зерно пшеницы цельносомольное
Мучные полуфабрикаты	блинчики дрожжевые, тесто дрожжевое, песочное, манник, пицца, пончики
Крупы	горох, гречка, манка, рис, пшено
Здоровое питание	зерна для проращивания, клетчатка пшеничная
Комбикорма	для птиц, свиней, КРС, рыб

Основными потребителями муки являются хлебозаводы, комбинаты кооперативной промышленности, предприятия оптовой и розничной торговли. Потребителями комбикормовой продукции являются как домашние хозяйства, так и предприятия по выращиванию сельскохозяйственных животных. Комбинат имеет восемь фирменных магазинов, ежемесячный товарооборот которых составляет более 1 млн рублей. На внутреннем рынке реализуется 96 % продукции под торговой маркой «Гаспадар». Торговые сети заказывают продукцию комбината, чтобы продавать под своей торговой маркой. «Евроопт» продает ее под своим торговым знаком «Бабушкина кухня», «Хлебный млын», «Алми» реализует барановичскую муку под торговой маркой «Г m harpu», «Белмаркет» – «Белая хатка».

В ОАО «Барановичский комбинат хлебопродуктов» используется массовый тип производства, изготавливается ограниченная номенклатура однородной продукции в больших количествах в течение относительно продолжительного периода времени. Удельный вес комбикормовой продукции в общем объеме производства составляет 58,2 %. Комбикорма вырабатываются в рассыпном виде, гранулированные, экспандированные и в виде крупки. Состав и структура основных средств комбината представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Состав и структура основных средств, тыс. руб.

Показатель	2016 г.	2017 г.
Основные средства, всего	113 032	114 173
в т.ч здания и сооружения	68 693	68 520
машины и оборудование	35 058	35 903
рабочий скот и животные основного стада	4 519	4 886
многолетние насаждения	16	16
транспортные средства	1 671	1 741

Основными направлениями повышения эффективности использования производственного потенциала ОАО «Барановичский комбинат хлебопродуктов» являются:

- обеспечение роста объемов производства за счет внедрения достижений научно-технического прогресса, уровня механизации и автоматизации;

- повышение производительности труда рабочих, что способствует экономии материальных затрат;

- техническое совершенствование средств труда, обеспечивающее замену устаревшей техники, модернизацию оборудования, механизацию вспомогательных и обслуживающих производств;

- совершенствование управления производством на базе современной компьютерной техники;

- внедрение передовых приемов и методов труда, организацию и обслуживание рабочих мест;

- повышение профессионально-квалификационного уровня работников;

- рациональное использование производственных запасов, ликвидация сверхнормативных запасов, совершенствование нормирования и улучшение организации снабжения;

- внедрение прогрессивной, безотходной и малоотходной технологии;

- рациональная организация сбыта готовой продукции, применение прогрессивных форм расчетов.

УДК 339.138

**В. Ракуть**

(Республика Беларусь)

Научный руководитель Е.Ю. Быкова, ст. преподаватель  
Белорусский государственный аграрный технический университет

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

### **ОАО «ЛЯХОВИЧСКИЙ КОНСЕРВНЫЙ ЗАВОД»**

Эффективное управление маркетинговой деятельностью организаций пищевой промышленности Республики Беларусь является первостепенным фактором роста конкурентоспособности организации, завоевания лидирующего положения на рынке, а также удовлетворения потребностей покупателей.