

раздел «Новости птицефабрики», так как данный раздел сейчас обновляется раз в несколько месяцев.

Очень важно налаживать поддержку обратной связи. Сайт ОАО «Птицефабрика «Рассвет» с этой точки зрения поддержки обратной связи не предоставляет потребителю возможности оставить свои отзывы о продукции. Поэтому ОАО «Птицефабрика «Рассвет» следовало бы дополнить сайт разделом «Отзывы» или создать раздел «Обсуждения».

На сайте можно также разместить раздел «Рецепты» или блог о полезности продукции ОАО «Птицефабрика «Рассвет». Это также может быть YouTube канал или страница в Instagram. Так повысится узнаваемость птицефабрики.

Предложенные мероприятия позволят птицефабрике выйти на новые рынки сбыта и идти «в ногу со временем», используя современные методы продвижения продукции, а также повысить уровень конкурентоспособности организации как в Республике Беларусь, так и за ее пределами.

УДК 338.24:001.895

Валерия Ополько, Ольга Проскура

(Республика Беларусь, Украина)

Научный руководитель А.В. Ковтунов, к.э.н., доцент

Белорусский государственный аграрный технический университет

УЛУЧШЕНИЕ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ЗА СЧЕТ РАСШИРЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВА

Основным финансовым результатом деятельности предприятия является прибыль, которая служит основой и источником средств, для его дальнейшего развития. Повысить прибыль можно увеличивая объемы производства или цены на выпускаемую продукцию, но это не всегда возможно и целесообразно. Поэтому основным условием увеличения прибыли предприятия является снижение издержек производства и сбыта продукции, в частности снижение себестоимости выпускаемой продукции, поэтому организация и управление затратами являются приоритетной задачей для предприятия.

На каждом предприятии имеются резервы для снижения затрат до рационального уровня, что и позволяет добиваться роста экономической эффективности деятельности, повышения уровня конку-

рентоспособности. Снижение затрат на выпуск единицы продукции позволяет предприятию устанавливать более низкие и гибкие цены, что дает важное преимущество перед конкурентами. Поэтому для каждого предприятия важен анализ затрат и эффективное управление ими для достижения высокого экономического результата.

УП «Завод Белкооппрогресс», специализируется на производственной деятельности по широкому профилю: от рекламной и полиграфической продукции, до производства мебели и окон ПВХ.

У предприятия имеется участок печатной продукции, производящий ценники, рекламные листы, визитки, каталоги. Для повышения прибыли, за счет которой возможно улучшить культуру организации, нам необходимо ввести в производство печать этикеток для хлебобулочных изделий, и это поможет предприятию повысить экономические показатели.

К основным плюсам станка для изготовления этикеток на хлебобулочные изделия можно отнести:

- экономичность в использовании краски;
- спрос на данный вид продукции;
- высокое качество оттисков, а сама этикетка не будет иметь запаха и вкуса, что является важным при маркировке пищевых продуктов;
- востребованная продукция;
- постоянные заказчики.

Этикетки на хлебобулочные изделия не хранятся долго так, например, как стикеры на трикотажные изделия. На складе они хранятся не более месяца, а наклеенными на хлебобулочную продукцию и того меньше – от трех до пяти суток, в зависимости от срока годности продукта. К тому же, хлебные этикетки не нуждаются в дополнительной защите от влаги или жира, что необходимо в случае маркировки колбасных изделий или рыбы. Поэтому, чаще всего, для этикетирования хлебокомбинаты и пекарни выбирают самоклеящуюся бумагу, а не пленку. Для термочек используют более экономичную бумагу – термо эко (termo eco) вместо термо топ (termo top).

Хлеб относится к продуктам массового потребления, поэтому цена этикетки особо важна. Также достаточно важное это тираж. Чем выше тираж, тем ниже цена одной этикетки. Минимальный тираж при флексопечати – 5000 шт, при высокой печати – 1000 шт. Если у вас несколько однотипных этикеток их объединяют в общий тираж.

К основным плюсам печати этикеток на хлебобулочные изделия можно отнести:

- оснащение хлебопекарных производств Белкопсоюза и других хлебопекарных производств качественными этикетками на изделия;

- возможность повышения прибыли и объема производств за счет их изготовления;

- разработка данной идеи проводилась коллективно и за счет этого работники проводили исследования для внедрения;

Новое оборудование позволит повысить прибыль предприятия, тем самым сможет снизить издержки производства и себестоимость продукции доступная цена.

На основе выше предложенных мероприятий по улучшению организационной культуры предприятия можно сделать вывод, что можно достичь желаемых результатов при помощи правильно и грамотного построения плана реализации, внедрения нового оборудования и мотивации работников.

УДК 338.43

Игорь Поповский
(Республика Беларусь)

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

ПРОИЗВОДСТВЕННО-СБЫТОВАЯ СТРАТЕГИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Проведен анализ производственной и сбытовой деятельности сельскохозяйственного комплекса «ТРАЙПЛ-АГРО», образованного как обособленное структурное хозрасчетное подразделение ООО «ТРАЙПЛ» на базе СПК «Вераги».

СК «ТРАЙПЛ-АГРО» расположен в Логойском районе Минской области на территории Острошицкого и Беларучского сельских советов. Основная сфера деятельности – производство продукции растениеводства и животноводства.

Общая земельная площадь – 3245 га. Из сельхозугодий: пашня – 2718 га (распаханность – 92,2 %), луговые – 226 га, из них естествен-