

Данные мероприятия позволят снизить себестоимости продукции, увеличить прибыль и направить денежные средства на уменьшение кредиторской задолженности, т.е. стабилизацию финансовой устойчивости.

УДК 631.15:636.084

**И. Барчук**

(Республика Беларусь)

Научный руководитель: М.И. Латушко, к.в.н., доцент  
Белорусский государственный аграрный технический университет

### **МОДЕРНИЗАЦИЯ ОБОРУДОВАНИЯ КАК ФАКТОР СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ**

В настоящее время одной из важнейших задач, решаемых производителями молочной продукции, является повышение ее конкурентоспособности. Это возможно на основе совершенствования производства, направленного на повышение производительности, снижение себестоимости и улучшение показателей качества.

В работе проведена оценка возможности совершенствования производства масла в ОАО «Здравушка-милк».

С 2004 года продукция комбината выпускается под торговой маркой «Здравушка». В ассортименте предприятия более 145 наименований продукции. Это масло, сыры, молоко питьевое пастеризованное и стерилизованное, кефир и биокефир, сметана и биосметана, твороги, массы и сырки творожные сладкие, глазированные, коктейли молочные и напитки кисломолочные, йогурты и биойогурты, сухое обезжиренное молоко и казеин, соки. О высоком качестве производимой продукции свидетельствуют постоянно расширяющаяся география продаж, как на внутреннем рынке, так и растущие объемы экспорта в Россию.

Для совершенствования производства масла, являющегося одним из основных видов производимой предприятием продукции, целесообразно провести модернизацию его производства. Это возможно путем замены устаревшего маслоизготовителя НАСЕМА (1988 года выпуска, ГДР) на линию для производства сливочного масла П8-0ЛФ-01.

Как показывают проведенные расчеты, объемы производства продукции должны увеличиться в 1,75 раза. В действующем цехе по производству масла работает один маслообразователь производительностью 286,5 кг в час. Планируется перерабатывать до 245,7 т молока в сутки (в расчёте 21 т молока на 1 т масла).

На сегодняшний день в маслоцехе в смену работает мастер, три маслодела, два грузчика и наладчик. Установка новых полуавтоматических ванн для высокожирных сливок с закрывающимися люками, на которые выведено электронное табло, позволит исключить человеческий фактор при замере

количества и температуры сливок. Все необходимые показатели выводятся на экран.

Технические характеристики внедряемого маслоизготовителя П8-0ЛФ-01 приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Технические характеристики внедряемого маслоизготовителя П8-0ЛФ-01 на ОАО «Здравушка-милк»

Показатели	Маслоизготовитель П8-0ЛФ-01
Производительность, кг/ч	500-700
Мощность, кВт	56
Площадь, кв.м.	40
Масса, тн.	7,2

Приобретение производственной линии в комплектации П8-0ЛФ-01 у Федерального государственного унитарного предприятия экспериментального завода «Молмаш» (Москва) возможно за 2,5 млн российских рублей. Экономическое обоснование приведено в таблице 2 (курс НБ РБ на 19.12.2015 г. составляет 260,97 руб.).

Таблица 2 – Экономическое обоснование внедряемого маслоизготовителя П8-0ЛФ-01 на ОАО «Здравушка-милк», млн руб.

Показатели	Значение
Производственная линия П8-0ЛФ-01	625,425
Доставка, погрузка, монтаж и запуск производственной линии	26,097
Создание запаса основного сырья для производства сливочного масла	206,970
Прочие расходы	13,048
Итого капитальных затрат	871,54

Приобретаемое технологическое оборудование характеризуется высокой степенью автоматизации оборудования и не требует высоких трудовых затрат. Результаты расчёта выручки и прибыльности приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Показатели выручки и прибыльности от внедряемого маслоизготовителя П8-0ЛФ-01 на ОАО «Здравушка-милк»

Показатели	Значение
Производительность за сутки, в кг	500
Количество часов в смене	23
Объем производства, в кг	11500
Цена за 1 кг. продукции, в руб.	68700
Выручка, млн руб.	790,05
Прибыль, млн руб.	71,3
Рентабельность, %	9,9
Окупаемость, месяцы	19 месяцев

Осуществление данной модернизации позволит увеличить выпуск молочной продукции ОАО «Здравушка-милк» и прибыль от выпуска масла до 71,6 млн рублей.

Таким образом, модернизация производства масла на рассматриваемом предприятии возможна без существенных затрат, целесообразна и в конечном итоге повышает конкурентоспособность продукции и предприятия в целом.

УДК 339.138

**Н. Батюкова**

(Республика Беларусь)

Научный руководитель: М.С.Назарова, ст. преподаватель  
Белорусский государственный аграрный технический университет

### **ВЛИЯНИЕ КАНАЛОВ СБЫТА НА ОБЪЕМ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ПТИЦЕФАБРИКА ОРШАНСКАЯ»)**

В настоящее время на агропродовольственном рынке страны происходит усиление конкурентной борьбы, вызванное финансово-экономическим кризисом. В производстве и товародвижении продукции птицеводства сохраняется неопределенность последствий влияния как внешних, так и внутренних факторов, что усложняет планирование производства и реализацию продукции птицеводства.

Исследованиями установлено, что рынок птицеводческой продукции может быть биполярным или многополярным. В условиях биполярного рынка товаропроизводители реализуют свою продукцию непосредственно для конечного потребления. На этом рынке действует канал распределения нулевого уровня (канал прямого маркетинга), т. е. без промежуточных звеньев между производителем и потребителем. На многополярном рынке используются одно-, двух- и трехуровневый каналы распределения. Например, двухуровневый канал распределения выглядит следующим образом: производитель - оптовый торговец - магазин - потребитель. Также на отечественном рынке преобладают такие каналы реализации продукции как продажа государству, предприятиям и организациям, потребительской кооперации, работникам хозяйства и населению, проживающему на его территории, на оптовых и на колхозном рынке.

К числу перспективных каналов реализации продукции можно отнести оптовые рынки, в том числе ярмарки, аукционы, выставки-продажи. Целью участия товаропроизводителей в них является не только продажа или приобретение товаров, но и изучение спроса на товары, которые они производят. Отличительным каналом сбыта продукции является торговля на рынках населения. Особенностью этого канала является то, что он выводит производителя продукции на непосредственный контакт с потребителем, что позволяет изучить потребительский спрос. Реализация продукции для общественного питания и продажи работникам (в том числе в счет оплаты труда) является постоянным каналом сбыта. Объем реализации по этому каналу зависит от конкретных условий предприятия (уровня развития сети общественного питания, возможностей и уровня