

Таблица 3 — Показатели эффективности внедрения технологической линии для приёма и переработки картофеля ОАО «Грицевичи»

Показатели	Усл. обознач.	Значение показателя по годам				
		2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Капитальные затраты, тыс. руб.	К	1457214	-	-	-	-
Эксплуатационные затраты, тыс. руб.	ЭЗ	399697	399697	399697	399697	399697
Текущие затраты на посев, тыс. руб.	ТЗ	4451000	4451000	4451000	4451000	4451000
Чистый доход, тыс. руб.	NV	260209	25983	1651543	3277103	4902663
Ставка дисконтирования	r	25%				
Коэффициент дисконтирования	R	1	0,80	0,64	0,51	0,41
Чистый дисконтированный доход, тыс. руб.	NPV	6 261 924				
Дисконтированный поток наличности, тыс. руб.		6261924	5009539	4007631	3193581	2567389
ЧДД нарастающим итогом, тыс. руб.	NPV	6261924	11271463	15279094	18472675	21040064

Как показали проведенные исследования, анализ производственно-хозяйственной деятельности является важным и актуальным элементом экономической работы организации в современных условиях. На основании изложенного анализа мы выявили проблемы снижения эффективности производственно-хозяйственной деятельности в ОАО «Грицевичи», а также разработали пути повышения эффективности деятельности организации за счет внедрения новых технологий в производственную деятельность. Однако следует отметить, что эффективная работа сельскохозяйственных организаций зависит не только от правильного и своевременного анализа, но и от комплексности его проведения на всех этапах технологического и экономического процесса.

Список цитированных источников

1. Инструкция о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования: утв. Пост. Министерства финансов РБ от 27.12.2011 № 140/206 (с изм. и доп.) // СИБ «Консультант Плюс». - [Электронный ресурс]. – Дата доступа: 08.10.2015.

2. Анализ эффективности деятельности предприятия: учебник для вузов / Г.В. Савицкая – Минск: ИНФРА-М, 2011.

3. Правила по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов: утв. Пост. Министерства экономики РБ от 31 августа 2005 г. №158 (с изм. и доп.) // СИБ «Консультант Плюс». - [Электронный ресурс]. – Дата доступа: 08.10.2015.

УДК 338.3:637.1

Криштофик Е.С

Белорусский государственный аграрный технический университет, г. Минск

Научный руководитель: ст. преподаватель Баркун Г.В

ВЛИЯНИЕ ТОВАРНОГО АССОРТИМЕНТА НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО “БЕЛЛАКТ”

В современном мире создание и производство новых товаров является решающим для процветания фирмы. Таким образом, новый товар должен непременно отвечать требованиям рынка и потребностям, которые сформировались к моменту его выхода на рынок [1, с.5].

Целью исследования данной темы является внедрение нового вида продукции как фактор повышения конкурентоспособности предприятия.

В Республике Беларусь единственным производителем сухих молочных продуктов для детского питания является Волковысское ОАО «Беллакт». Предприятие является прибыльным, финансово устойчивым и стабильным.

Весь ассортимент вырабатываемой продукции составляет более 200 наименований.

Продукция предприятия поставляется во все регионы республики. Основными потребителями и заказчиками являются индивидуальные предприниматели, сети розничной торговли, ритейловые сети, предприятия общественного питания, детские сады, школы, больницы, население.

Более сорока процентов выпускаемой продукции экспортируется. В настоящее время предприятие экспортирует: детское питание, специализированные продукты, цельномолочную продукцию.

Основной торговый партнер – Россия (52%). Также продукция экспортируется в Казахстан (12%), Украину (22%), Узбекистан, Монголию, Пакистан, Венесуэлу (9%), Китай.

Конкурентов на отечественном рынке предприятие не имеет, однако существует конкуренция от ведущих мировых производителей детского питания: Nestle, Friso, Sempet, Hipp, Heinz и других.

Характерными преимуществами предприятия являются: наличие собственной сильной производственной базы, удачное расположение складов, наличие транспорта, проверенных каналов сбыта, ремонтные мастерские и квалифицированный персонал. Поэтому предприятие должно сохранить положение на рынке и стремиться к постепенному его расширению. А этого можно добиться перераспределением средств и разработкой новых коммерчески успешных товаров, одним из которых является создание нового вида продукции – жидкого и пастообразного детского питания [2, с.54].

Актуальность данного направления объясняется наличием неудовлетворенного спроса на рынке Беларуси в данном виде продукции.

Ассортимент жидкого питания будет включать в себя целую группу кисломолочных продуктов и адаптированных смесей, а также пастообразное детское питание: молоко; кефир; жидкие адаптированные смеси; творог и йогурты.

В качестве примера рассмотрен процесс внедрения нового вида продукции — йогурта для детского питания с использованием сахарозаменителя и витамина D. Таким образом с использованием сахарозаменителя продукция станет потребляема и среди диабетиков, а благодаря витамину D, который нужен для предотвращения такого заболевания, как рахит, дети, которые с рождения больны сахарным диабетом, также могут потреблять эту продукцию.

Для этого в первую очередь необходимо провести технические мероприятия: оснащение производственных мощностей современным оборудованием, внедрения высокоэффективных машин и установок. Реализация данных мероприятий обеспечит рост объемов производства, развитие ассортимента продукции.

Реализация нового вида продукции позволит:

- 1) обеспечить увеличение объема производства продуктов детского питания на 69950 тонн;
- 2) внедрение нового продукта позволит занять нишу на рынке среди диабетических продуктов;
- 3) расширить ассортимент предприятия и увеличить объем выпускаемой продукции за счет освоения новых видов – жидких и пастообразных молочных продуктов для детского питания – на 28750 тонн;
- 4) обеспечить показатели качества и безопасности выпускаемого продукта в соответствии с международными стандартами.

В результате внедрения данного вида продукции, а именно – жидких и пастообразных молочных продуктов для детского питания, можно предположить, что дополнительные затраты на производство составят 102 456 млн руб., однако несмотря на это предприятие получит прибыль в размере 167 890 млн.руб, что на 73 307 млн руб. больше, чем за предыдущий год.

Список цитированных источников

1. Финансовая стратегия как фактор экономического роста предприятия / Л.В. Давыдова, С.А. Ильминская // Финансы и кредит. - 2011. - №30. - С. 5-8.
2. Молочный подкомплекс Республики Беларусь: состояние, проблемы развития /И. Мисуно// Аграрная экономика. - 2010. – №9 - С.50-56.

УДК 336

Арбатский А.О.

Витебский государственный технологический университет, г. Витебск
Научный руководитель: к. э. н., доцент Дём О.Д.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКИХ УСЛУГ УДАЛЕННОГО ДОСТУПА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Рынок банковских услуг можно определить как систему экономических отношений между банками, небанковскими кредитными организациями и потребителями банковских услуг, возникающих по поводу удовлетворения потребностей последних в банковских услугах. Эта система является открытой вследствие постоянного взаимодействия с другими экономическими системами и изменения своей структуры в процессе эволюции.

С каждым годом банки предлагают все большее количество услуг и улучшают текущие. За счет этого они получают процентные и комиссионные доходы, тем самым увеличивая и ВВП страны.

В настоящее время все большее распространение приобретают такие банковские продукты, как Интернет-банкинг и Мобильный- банкинг. Согласно World Retail Banking Report 2015 количество банковских операций, осуществляемых через Internet, возросло с 57.3% до 65.1%. Доля мобильного банкинга выросла с 22.1% до 30.5%, причем в странах Латинской Америки, Северной Америки и Цен-