

систему управління. Щоб ефективно управляти виробництвом, необхідно чітко виявити сам об'єкт управління, тобто те, на що спрямоване управління, виявити форми і види самих управлінських важелів, форми зв'язків між складовими системи управління, і тільки тоді ми зможемо говорити про завдання виробничого менеджменту і методи їхнього вирішення.

Для функціонування будь-якого підприємства необхідно п'ять видів ресурсів. Це люди - трудові ресурси, матеріали - матеріальні ресурси, капітал - фінансові ресурси, технологія - технологічні ресурси, інформація - інформаційний ресурс. Раніше інформація, хоча і враховувалася в системі управління, однак, до категорії ресурсів її не відносили. Найчастіше інформаційне забезпечення вважалось видом діяльності і тому зараховувалося до категорії функцій управління.

У період розвитку ринкових відносин значення інформації різко зросло. Без неї неможливо почати нову справу, переходити на новий продукт, технологію, вижити в конкурентній боротьбі. Без інформації не може обійтися жодне підприємство, а для деяких даний ресурс є домінуючим. Тому з повною підставою можна перейняти зарубіжний досвід і віднести дану економічну категорію до розряду виробничих ресурсів.

У результаті взаємодії всіх складових системи ресурсів досягається ефект цілісності, тобто виходять нові властивості, якими кожен окремих вид ресурсу не володіє. Наприклад, не можна вчасно вивести на потрібний сегмент ринку товар, що відповідає його вимогам, не володіючи відповідними ресурсами усіх видів, можливостями застосовуваного устаткування, можливостями використовуваної технології, кваліфікаційними можливостями кадрів і т.п. і, навпаки, кожен окремих ресурс не може розкритися цілком поза зв'язком з іншими ресурсами: можливості, якими володіють агрегати, не можуть бути реалізовані без відповідної кваліфікації працівників, без застосування відповідних основних і допоміжних матеріалів, без необхідних характеристик виробничих приміщень [1,с.32].

Таким чином, ресурси - це керовані фактори виробництва що володіють вартісними властивостями і перетворюючими можливостями, необхідні для забезпечення функціонування і розвитку виробничих процесів з метою досягнення запланованих результатів.

Список використаних джерел

1. Василенко В.О. Виробничий (операційний) менеджмент: навч. посіб. В.О. Василенко, Т.І. Ткаченко. - Київ: ЦУЛ, 2003. - 532с.
2. Латківська К. А. Процес управління виробництвом сільськогосподарської продукції / К. А. Латківська // Актуальні проблеми та перспективи управління в сучасних умовах: матеріали науково-теоретичної конференції молодих науковців та студентів 10 квітня 2013 року. - Кам'янець-Подільський: Подільський державний аграрно-технічний університет, 2013. – С. 70-72.
3. Михайлов С. І. Менеджмент: Навчальний посібник. / С. І. Михайлов. - Вінниця: НОВА КНИГА, 2006. - 416 с.

Богачева Екатерина Юрьевна,

студент спеціальності 1-740101 “Економіка и организация производства в отраслях АПК” экономического факультета Белорусской сельскохозяйственной академии. Горки, Республика Беларусь .

Научный руководитель : к. э. н. профессор Быков В.В.

ЭКСПОРТ ПРОДУКЦИИ ПРОИЗВОДИМОЙ В ОАО «МОЛОЧНЫЕ ГОРКИ».

Молочное скотоводство занимает особое место в составе агропромышленного производства. Оно в значительной мере определяет экономическую эффективность сельскохозяйственного производства.

Молоко по пищевым достоинствам занимает первое место среди всех животноводческих продуктов. В среднем на каждого человека по научно-обоснованным нормам питания необходимо потреблять ежегодно молока и молочных продуктов 380 кг [3]. Среди всех видов животных крупный рогатый скот обладает самой высокой продуктивностью .

Молочная отрасль Республики Беларусь традиционно занимает одно из ведущих мест в продовольственной отрасли страны.

В Республике Беларусь работают более 60 крупных предприятий и организаций по переработке молока. Они занимают около 95 % в структуре производства молочных продуктов в целом по Республике Беларусь[1] .

На конъюнктуру рынка молочной продукции влияют следующие факторы[2]: общий уровень технологии производства аналогичной продукции в республике и в странах-импортерах; уровень развития розничной торговли; географические размеры рынков; сезонность поставок сырья, а значит и производства; уровень жизни населения; потребительские привычки; установленный уровень закупочных цен на закупаемое молоко и индикативных цен на экспорт молочной продукции; демографический фактор; государственные программы; государственное налоговое и таможенное регулирование.

Основными рынками сбыта молочной продукции, вырабатываемой на ОАО «Молочные горки» является внутренний рынок Республики Беларусь и рынок Российской Федерации.

К экспортируемой продукции относятся твердые сыры, цельномолочная продукция, казеин технический, масло животное, которое в Республике Беларусь производится по более высоким стандартам, чем в других странах СНГ, содержит меньше добавок и имеет более высокий процент жирности. Поэтому масло и сыры белорусского производства и, в частности, производства ОАО «Молочные горки» пользуется спросом на рынках Российской Федерации, чему также способствуют невысокие транспортные расходы.

Проведем анализ реализации продукции изучаемого предприятия (таб.1).

Таблица1

Реализация молочной продукции ОАО «Молочные горки» на внешнем рынке.

Год	Цельномолочная продукция в пересчете на молоко ,т	Нежирная продукция в пересчете на обезжиренное молоко, т	Масло из коровьего молока, т	Сыры парные, включая брынзу , т
2010	7085,2	3034,1	674,2	584,7
2011	6575,5	372,4	70,7	211,1
2012	6771	129,1	356,6	2397,1
2013	8731	727	461	3126
2014	31517	223	209	2120

Данные таблицы показывают ,что объемы реализации молочной продукции на

внешний рынок в целом возрастает, но в отдельные годы имеется тенденция к снижению. Так объемы реализации цельномолочной продукции в 2014 г. увеличились более чем в 3,6 раза, по сравнению с 2013 г.; реализация нежирной продукции до 2011 возрастает, но в 2014 г. снизилась в 14 раз. Реализация масла и сыров снизилась за 2014 г. по сравнению с 2013г. соответственно на 4,5% и 32,3%.

ОАО «Молочные горки» в течение последних лет последовательно при полном удовлетворении потребностей внутреннего рынка, увеличивает объем экспорта готовой продукции и поступление валютной выручки в Республику Беларусь.

В 2014 г. 69,7 % от общего объема реализовано на экспорт. Объем экспорта для Республики Беларусь является одним из важнейших показателей эффективной деятельности предприятия. Данный показатель выполнен на 100% к уровню прошлого года. За три года ОАО «Молочные горки» более чем в 2 раза увеличило объем экспорта.

Практически вся полученная предприятием прибыль в сумме 13,4 млрд. руб. сформирована за счет реализации продукции на экспорт. Максимальное увеличение объемов экспорта позволит значительно улучшить финансовое состояние предприятия и проводить дальнейшую модернизацию.

Список использованной литературы

1.Петрович, Э.А. Молочное скотоводство Беларуси: достижения и приоритетные направления дальнейшего роста эффективности/Э.А. Петрович//Вестник БГСХА.-№2.-2007.-С.33-35.

2.Циркун, О. Основные факторы и условия интенсивного развития молочного скотоводства/О. Циркун //Агрэкономика.-№9.-2005.-С.35-36.

3.Экономика организаций и отраслей агропромышленного комплекса. В 2-х книгах. Кн.2./В.Г.Гусаков(и др.); под общ. ред. акад. В.Г.Гусакова. - Минск: Белорусская наука,2007.-702с.