

3. Кожарский, В.В. Проведение инвентаризации / В.В. Кожарский [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://buhgalter.by/magazine-articles/show/133>. – Дата доступа: 13.02.2023.

4. Инвентаризация: отражаем в учете излишки и недостачи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gb.by/aktual/inventarizatsiya-otrazhaem-v-uchete-izli>. – Дата доступа: 13.02.2023.

УДК 338.43

Карина Колосовская

(Республика Беларусь)

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

ПРОИЗВОДСТВЕННО-СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И КОНКУРЕНТНАЯ ПОЗИЦИЯ ОАО «ГРОДНОХЛЕБПРОМ»

Одной из наиболее социально значимых отраслей агропромышленного комплекса является хлебопекарное производство. Хлеб, хлебобулочные и кондитерские изделия необходимы в любом возрасте и имеют постоянный спрос у населения. Именно поэтому основным критерием продовольственной безопасности страны является стабильное обеспечение населения хлебобулочными изделиями [1].

В работе проведен анализ производственно-сбытовой деятельности и конкурентной позиции ОАО «Гроднохлебпром».

ОАО «Гроднохлебпром» является одним из крупнейших предприятий Республики Беларусь хлебопекарной отрасли. Более 80 лет оно работает на рынке Гродненской области. Производственную деятельность осуществляют также его филиалы: Волковысский, Лидский, Новогрудский, Сморгонский и Слонимский хлебозаводы.

В ОАО «Гроднохлебпром» осуществляется постоянная работа по модернизации производства, улучшению материально-технической базы и социально-бытовых условий рабочих. Головное предприятие совместно с филиалами, расположенными в районных центрах, производит около 100 тонн хлебобулочных и 4 тонн кондитерских изделий в сутки [2]. Ассортимент их весьма разнообразен:

- хлебобулочных изделий – 252 вида;

- кондитерских изделий – 265 видов.

Основной целью товарной политики ОАО «Гроднохлебпром» является оптимизация ассортимента выпускаемой продукции, ориентированной на запросы рынка и потенциальной группы потребителей, реализация продукции под торговыми марками «Спадар», «Гародня», «Румлевский», «Золотник» и др. Продукция предприятия неоднократно получала награды на международных выставках-ярмарках. Хлебобулочные изделия представлены хлебом, лавашами, батонами, багетами, булочками, сдобой, пирогами, рулетами, сушками, баранками. Среди кондитерских изделий спросом пользуются пряники, печенье овсяное и песочное, сладости, кексы, торты, пирожные.

Маркетинговая стратегия ОАО «Гроднохлебпром» направлена на сохранение долгосрочных партнерских отношений с потребителями, расширение рынка сбыта на территории области, Республики Беларусь и на экспорт. Основной задачей является предложение на рынок инновационной продукции, отвечающей по качеству требованиям потребителей, конкурентоспособной по цене. Интерес для покупателей представляет продукция добавками кусочков сала, семечек, орехов, сухофруктов, злаков.

На белорусском рынке хлебобулочной продукции конкуренция определяется тем, что производители выпускают схожие товары, а колебания цен являются незначительными. Влияние на нее также оказывают предпочтения и вкусы потребителей, реклама, имидж организации и ряд других факторов. Важное значение для укрепления конкурентных позиций ОАО «Гроднохлебпром» на рынке имеет:

- стимулирование потребителей и деловых партнеров (подарки, сувениры, бесплатные пробы во время проведения акций-дегустаций);

- публикации («Наш край», «Интекс-пресс»).

- участие в выставочно-ярмарочных мероприятиях («Продэкспо», «Белагро» и др.);

Список использованных источников

1. Государственная программа «Аграрный бизнес» на 2021–2025 годы. – Минск : 2021.

2. ОАО «Гроднохлебпром». Хлебобулочные изделия. Кондитерские изделия. Производство. – Режим доступа: https://www.belarusinfo.by/ru/poisk/98945.html#about_us_section/ – Дата доступа 10.02.2023.