

Таблица – Основные показатели обеспеченности и эффективности использования трудовых ресурсов в сельском хозяйстве РБ

Показатели	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Численность сельского населения РБ, тыс. чел.	2164	2138	2106	2069	2023
Списочная численность работников, занятых в сельском хозяйстве, тыс. чел.	293,6	284,6	273,2	267,4	259,4
- в % к республиканской численности	7,8	7,6	7,3	7,2	7,1
Производительность труда в сельском хозяйстве					
на 1 работника, руб.	52 013	56 146	64 756	74 688	85 336
в сопоставимых ценах в % к предыдущему году	104,9	96,7	103,4	104,4	96,0
Номинальная среднемесячная заработная плата работников, занятых в сельском хозяйстве, руб.	564,0	651,5	755,3	880,4	1002,1
- в % к заработной плате по народному хозяйству, %	71,1	67,1	69,1	70,2	70,0

Повысить эффективность производства возможно лишь на базе высокопроизводительного труда, т. к. это единственный источник прироста объемов продукции. Одним из основных социально-экономических факторов, определяющих эффективность использования трудовых ресурсов, является мотивация к высокопроизводительному труду, стимулирование инноваций для технического оснащения и перевооружения производства.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Труд и занятость в Республике Беларусь: стат. сб. – Минск: Информ.-выч. Центр/ Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2022. – 32 с.

УДК 339.138.631.115(476.6)

### АКТУАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ СИСТЕМЫ СБЫТА В ОАО «ГРОДНОХЛЕБПРОМ»

**Пирожникова Т. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»  
г. Гродно, Республика Беларусь

В данной статье мы рассматриваем актуальное состояние системы сбыта в ОАО «Гроднохлебпром».

Оперативно-сбытовая деятельность на ОАО «Гроднохлебпром» имеет свои особенности, которые определяются назначением выпускаемой продукции, организационной структурой сбыта, отраслевой спецификой предприятия. Вместе с тем на предприятии оперативно-сбытовая деятельность является завершением процесса реализации произведенной продукции.

При подготовке продукции к отправке покупателям также большое внимание уделяется правильному оформлению документов, используемых при расчетах с покупателями. К ним в первую очередь относятся документы, удостоверяющие количество, качество и комплектность отгружаемых товаров [1]:

- спецификация, подтверждающая, что товар поставлен по номенклатуре и в количестве, предусмотренным договором;
- сертификат качества, подтверждающий, что товар перед отправкой проверен поставщиком на соответствии техническим требованиям;
- упаковочный лист, в котором указывается, в какой упаковке содержится товар и в каких количествах;
- транспортный документ, подтверждающий принятие товара к перевозке.

В процессе оперативно-сбытовой деятельности определяется потребность в транспортных средствах. Расчет потребности в транспортных средствах осуществляется с помощью показателя общего объема поставок продукции за определенный период времени.

Необходимо отметить наличие на хлебозаводе парка автомобилей, осуществляющих доставку хлебобулочных и кондитерских изделий в торговую сеть: 17 машин по доставке хлебобулочных изделий, 2 машины по доставке кондитерских изделий и 1 машина по доставке сырья.

К зданию филиала имеются хорошие подъездные пути (автомобильные дороги), отгрузка продукции и завоз материалов, сырья комплектующих, материальных ценностей производится автомобильным транспортом. Нельзя не отметить и выгодное месторасположение самой организации.

Распределительная сеть ОАО «Гроднохлебпром» включает в себя следующих субъектов: отдел сбыта ОАО «Гроднохлебпром, сбытовых посредников, собственной торговой сети, представленных на рисунке.



Рисунок – Распределительная сеть ОАО «Гроднохлебпром»

По уровню продаж продукции за 2021 г. ОАО «Гроднохлебпром» лидирует г. Гродно и Гродненский район (69,0 %), за пределы Гродненской области приходится 20,0 % реализованной продукции и самый маленький процент реализации приходится на г. п. Берестовица (1,0 %).

Потребителями продукции предприятия являются торгующие организации разных уровней и форм собственности: государственные, акционерные, частные – от крупнейших универмагов до маленьких магазинов в селах и районных центрах

Таким образом, анализ сбытовой деятельности ОАО «Гроднохлебпром» показал, что предприятие использует как прямые, так и косвенные каналы сбыта продукции. Выбор прямого или косвенного канала распределения зависит от того, какой стратегии сбыта придерживается предприятие. ОАО «Гроднохлебпром» применяет стратегию интенсивного сбыта, поскольку предприятие производит продукцию повседневного потребления, относящуюся к скоропортящейся продукции.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Баркан, Д. И. Управление сбытом: учебное пособие / Д. И. Баркан. – СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета, 2015. – 341 с.

УДК 339.187.631.115(476.6)

### СИСТЕМА ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ТОВАРОВ В ОАО «ГРОДНОХЛЕБПРОМ»

**Пирожникова Т. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»  
г. Гродно, Республика Беларусь

Целью данной статьи является позиционирование товаров в ОАО «Гроднохлебпром».