

хозяйства. В первую очередь для возможности перехода к органическому выращиванию сельскохозяйственных культур в Беларуси необходимо: 1) создать нормативно-правовую систему и систему сертификации продукции; 2) обеспечить качественную пропаганду и рекламу органически чистой сельскохозяйственной продукции белорусского производства. Это позволит занять определенную нишу рынка «экологически чистой продукции» и получить максимальное количество потенциальных потребителей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белорусским фермерам и хозяйствам пока невыгодно производить органическую продукцию – мнение специалистов // БЕЛТА. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belta.by/ru/all_news/economics/Beloruskim-fermeram-i-hozjajstvampokanevygodno-proizvodit-organicheskiju-produktsiju-mnenie-spetsialistov_i_608531.html. – Дата доступа: 06.10.2021.
2. Дорошкевич, И. Н. Специфика развития рынка органической продукции в Республике Беларусь / И. Н. Дорошкевич, Т. В. Цebro // Современные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XV Международной научно-практической конференции (г. Пенза, 25 ноября 2020 г.). – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2020. – С. 117-120.
3. Дорошкевич, И. Н. Анализ влияния засоренности посевов на качество уборки календулы лекарственной методом хронометража / И. Н. Дорошкевич // Сельское хозяйство – проблемы и перспективы: сборник научных трудов – Гродно: ГГАУ, 2015. – С. 107-115.
4. Мазурова, А. Ю. Развитие органического сельского хозяйства / А. Ю. Мазурова // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2008. – № 3. – С. 14-17.
5. Пакуш, Л. В. Предпосылки формирования и развития рынка экологически чистой продукции в Республике Беларусь / Л. В. Пакуш // Никоновские чтения. – 2015. – № 20-1. – С. 450-453.

УДК 339.133

ЗНАЧЕНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОИЗВОДСТВА ЛЕКАРСТВЕННЫХ РАСТЕНИЙ НА ТЕРРИТОРИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Трубчикова М. Ю. – студент

Анин Аджей Питер – магистрант

Научный руководитель – **Леванов С. Ю.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Лекарственные растения являются широкой группой растений, органы или доли которых представлены сырьем для получения средств, используемых в народной, врачебной либо ветеринарной практике с лечебными или профилактическими целями.

Использование лекарственных средств растительного происхож-

дения располагает рядом преимуществ перед аналогами, созданными на синтетической основе: весь комплекс биологически активных веществ, который содержат лекарственные растения, оказывает более мягкий, но достаточно выраженный лечебный эффект, что крайне важно при лечении хронических заболеваний. Также, следует отметить, что по данным Всемирной организации здравоохранения, около 25 % современных лекарственных препаратов имеют растительное происхождение. При этом доля препаратов из лекарственных растений при лечении отдельных заболеваний бывает значительной. Например, при лечении сердечно-сосудистых заболеваний доля таких препаратов составляет до 80 %, желудочно-кишечных – 70 % [1].

Профилактику и терапию большинства заболеваний крайне трудно представить без лекарственных растений.

Современное положение рынка лекарственных средств растительного происхождения вызывает пристальное внимание ученых и изготовителей фитопрепаратов. Непрерывное изменение соотношения среди применения искусственных лекарственных средств и препаратов природного происхождения, а также изменение ассортимента растительных лекарственных средств устанавливает надобность актуализации нашего представления о том, какие фитопрепараты на сегодняшний период особо востребованы [2].

К наиболее востребованным лекарственным растениям следует отнести: шиповник, листья малины, валериану лекарственную, календулу лекарственную, ромашку аптечную.

Основным производителем лекарственных растений в Беларуси является КСУП Совхоз «Большое Можейково», где ежегодно выращивается значительная часть от общего производства лекарственного сырья в целом по стране (таблица).

Таблица – Основные показатели работы КСУП «Большое Можейково»

Показатель	2018	2019	2020
Площадь под ЛРС, га	350,7	350,7	368,4
Сбор продукции ЛРС, т	246	235	267
Затраты на производство ЛРС, тыс. руб.	707	607	423
Прибыль от реализации ЛРС, тыс. руб.	244	66	75

Хозяйство специализируется на валериане лекарственной, пустырнике, ромашке аптечной, расторопше, ноготках.

Существующие объемы производства лекарственного растительного сырья не позволяют полностью удовлетворить потребности в основных отраслях промышленности, которым необходимо такое сырье.

Предлагаются следующие направления развития производства лекарственных растений на территории Республики Беларусь:

- 1) современные технологии возделывания лекарственных растений (точное земледелие);
- 2) развитие семеноводство;
- 3) поиск и развитие новых сортов лекарственных растений, на которые можно сделать ставку на перспективу;
- 4) увеличение масштабов производства.

В связи со стабильным спросом на лекарственные растения на мировом рынке потенциал данной отрасли не используется полностью, а Республика Беларусь обладает всеми возможностями как нарастить объемы выращивания лекарственных растений, так и увеличить имеющуюся их номенклатуру, при этом повышая качество производимой продукции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дорошкевич, И. П. Динамика популярности лекарственных растений в Беларуси / И. П. Дорошкевич, И. Н. Дорошкевич // Современные технологии сельскохозяйственного производства. – Гродно, 2012. т. Ч. 2: Экономика. Бухгалтерский учет. Технология хранения и переработки. Общественные науки. – С. 58-59.
2. Дорошкевич, И. Н. Концепция Шета-Ньюмана-Гросса в отношении лекарственных растений / И. Н. Дорошкевич // «Современные технологии сельскохозяйственного производства»: материалы XVIII Международной научно-практич. конф., – Гродно, 2015. – С. 39-40.

УДК 659.126

ИССЛЕДОВАНИЕ АЙДЕНТИКИ БРЕНДА

Тубелевич А. Г. – студент

Научный руководитель – Любецкий П. Б.

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

В современном обществе айдентика является одной из важнейших составляющих брендинга. На сегодняшний день она является одним из самых эффективных инструментов в борьбе за клиентов. Даже руководители маленьких компаний осознают необходимость корпоративной символики. Однако разработать качественный фирменный стиль для молодой компании непросто. Проблема его разработки заключается не в стоимости, а в осмыслении своего индивидуального образа, формировании идеи.

Для определения современной сущности айдентики бренда было проведено исследование, задачами которого является установление актуального содержания понятия айдентики, выявление ее назначения и основных вариантов осуществления.