

*Е.А. МИРОНЧИК, Д.А. ЛИПСКАЯ, И.В. НАПРЕЕНКО

Научный руководитель А.Ф. МИРОНЧИК, канд. техн. наук, доц.

*Государственное учреждение высшего профессионального образования

«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Учреждение образования

«МОГИЛЕВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ПРОДОВОЛЬСТВИЯ»

Могилев, Беларусь

Особенностью молочного бизнеса является высокая сезонность. Пик производства приходится на лето, когда надои молока повышаются в 2–3 раза по сравнению с зимним периодом. При этом в летние месяцы отмечается некоторый спад потребления молочных продуктов по сравнению с зимой. Соответственно летом цена на сырье ниже, чем в зимний период, поэтому одной из задач планирования в молочном производстве является снижение отрицательного влияния противофазы рынков продукции и сырья, что достигается созданием запасов сухого молока, а также творога и масла в летний период.

Планирование ассортимента и количества выпускаемой продукции определяется двумя факторами: спросом покупателей, сырьевыми ограничениями, связанными с особенностями технологии (выпуск продукции возможен только парами: сметана-творог, масло–казеин или их комбинациями). Оптимальной для производства парой является сметана-творог. Но спрос на продукты высокой жирности ниже, особенно в крупных городах, так как потребитель стремится к низкокалорийному диетическому питанию. Ситуация регулируется путем изготовления масла, при производстве которого также образуется обезжиренное молоко. Из-за убыточности производства масла производители, использующие брэнды национального уровня, устанавливают достаточно высокую цену для покрытия всех затрат и получения прибыли при продаже масла. При выборе ассортимента выпускаемой продукции рассматривают рентабельность пары масло–творог.

В работе предложены пути планирования ассортимента производимой продукции, продаж и затрат в молочном производстве с учетом фактора сезонности, себестоимости обезжиренного молока, являющегося вторичным продуктом, используемым в дальнейшем в качестве сырья, рентабельности отдельных видов выпускаемой продукции при оценке ее в среднем за год, составленных бюджетов производства для летнего и зимнего периода. Необходимо отметить, что даже в этом случае прибыльную работу молочного комбината не удастся обеспечить зимой, причем ситуация осложняется несогласованностью денежных потоков при такой организации годового производственного цикла.