

ЛИТЕРАТУРА

1. Молочное скотоводство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belplem.by/molochnoe-skotovodstvo/>. – Дата доступа: 14.02.2023.
2. Молочное скотоводство: курс лекций / под ред.: А. Г. Марусич. – БГСХА, 2021. – 6 с.

УДК 631.153

ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Миненко А. И. – студент

Научный руководитель – **Дешко И. А.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

В рыночных условиях каждое предприятие представляет собой открытую социально-техническую систему, связанную определенными отношениями с внешней средой. Предприятия как открытые системы могут быть простыми (малые фирмы), сложными (средние компании) и сверхсложными (крупные интегрированные корпорации).

Для успешного функционирования каждое предприятие должно одновременно выполнять две основные функции: обеспечивать платежеспособность организации за счет эффективной текущей деятельности и повышать потенциал предприятия за счет обновления технологии, производственных мощностей, продукции (услуг).

Для выполнения функций деятельности предприятия необходимо осуществлять планирование всех видов деятельности.

При формировании системы планирования необходимо учитывать факторы (внешние и внутренние):

- внешние: состояние рынка и положение на нем предприятия; общее состояние экономики страны, региона, отрасли, к которой относится предприятие; уровень платежеспособного спроса потребителей; положение поставщиков; уровень инфляции; величина процентных ставок за кредит;

- внутренние: кадровый потенциал, состояние основных фондов, объем оборотных средств, величина долговых обязательств (краткосрочных и долгосрочных), уровень загрузки производственных мощностей, прогрессивность используемых технологий, темпы обновления продукции и производства.

Планирование деятельности предприятия осуществляется для различных периодов деятельности, поэтому различают несколько видов планов:

- по времени их реализации планы делят на краткосрочные (до

года), среднесрочные (более года) и долгосрочные (свыше 3 лет);

- по значимости и перспективности решаемых задач, а также по величине используемых инвестиций различают планы стратегические, тактические (текущие), оперативные;

- по признаку подчиненности (иерархии) существуют планы корпоративные, планы юридически самостоятельных хозяйственных единиц (отделений), планы структурных подразделений и индивидуальные планы работников.

Планирование – это процесс проектирования, желаемого будущего и эффективных путей его достижения, конечным результатом такого процесса выступают плановые решения, являющиеся основой для последующей целенаправленной деятельности предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Планирование на предприятии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bsut.by/>. – Дата доступа: 01.02.2023.

УДК 338.242

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МОДЕЛИ ЦЕННОСТЕЙ ПОТРЕБЛЕНИЯ ШЕТА-НЬЮМАНА-ГРОССА

Михальчя И. В. – студент

Научный руководитель – Дорошкевич И. Н.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Потребительская ценность есть значимость, полезность предмета для потребителя. Шет, Ньюман и Гросс применили концепцию «ценности» к поведению покупателей. Они описывают выбор потребителей как явление, которое включает в себя 5 типов ценностей, а именно: функциональную, эмоциональную, социальную, эпистемическую и условную, т. е. $F + \text{Э} + C + \text{Э} + Y = \text{Ц}$ (ценность).

Функциональная ценность – воспринимаемая польза предмета, основанная на возможностях данного объекта, функциональных, утилитарных или физических качеств. Продукт приобретает функциональную ценность в случае обладания функциональными, утилитарными или физическими качествами.

Эмоциональная ценность – это воспринимаемая польза предмета, основанная на его способности вызывать чувства или аффективные реакции. Продукт приобретает эмоциональную ценность благодаря ассоциированию с какими-либо чувствами или способностью вызывать, или поддерживать такие чувства.