

**УДК 339.18**

Я. М. Лишанкова

Научный руководитель: к.э.н., доц. Ивановская И. В.

Белорусско-Российский университет

Республика Беларусь, Могилев

yana.lishankova@mail.ru

**СБЫТОВАЯ ЛОГИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ ПИЩЕВОЙ  
ПРОМЫШЛЕННОСТИ: АНАЛИЗ И НАПРАВЛЕНИЯ  
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ  
ОАО «МОГИЛЕВОБЛПИЩЕПРОМ»)**

*Представлены результаты анализа эффективности сбытовой деятельности предприятия пищевой промышленности Беларуси и предложен перечень мероприятий, направленных на увеличение объемов реализации продукции.*

Пищевая промышленность одна из стратегически значимых в Республики Беларусь. Одной из ключевых проблем большинства отечественных предприятий пищевой промышленности является низкая эффективность сбытовой деятельности. Указанные обстоятельства предопределили актуальность и практическую значимость выбранной темы исследования.

Предприятие занимает важное место в народно-хозяйственном комплексе и является одним из ведущих предприятий Могилевской области. ОАО «Могилевоблпищепром» осуществляет выпуск следующих видов продукции:

- 1) вино плодово-ягодное улучшенного качества и специальной технологии вырабатывают в соответствии с требованиями СТБ 1695-2006;
- 2) вино фруктово-ягодное вырабатывают в соответствии с требованиями СТБ 1694-2006;
- 3) напитки безалкогольные (в том числе квас брожения) вырабатывают в соответствии с требованиями СТБ 539;
- 4) напитки слабоалкогольные вырабатывают в соответствии с требованиями СТБ 1122.

Основным структурным подразделением по управлению сбытовой логистикой является отдел сбыта и снабжения, он осуществляет такие функции как: составление реестра ТТН, предоставление договоров, дополнительных соглашений к договорам планирование, организация управление, координация, Также следует отметить, что функцию контроля выполняют несколько подразделений - это связано с их функциональной спецификой, каждый осуществляет контроль в своей области. Учет ведет два подразделения - финансовый отдел ведёт учёт по бухгалтерским счетам и сверяет остатки с данными главной книги бухгалтерии предприятия.

Во всех подразделениях на предприятии занятых управлением сбытовой логистикой, используется линейную структуру управления. Каждый сотрудник

отдела имеет свою определенную задачу в управлении, т.е. выполняет определенную функцию.

Сбытовыми целями ОАО «Могилевоблпищепром» являются: увеличение рыночной доли организации на внутреннем рынке; расширение географии продаж продукции предприятия за счет освоения рынков других областей Республики Беларусь и города Минска, а также Российской Федерации.

В настоящее время в Республике Беларусь производство алкогольной продукции обеспечивает 80 предприятий, расположенных во всех регионах страны. Структуру конкуренции можно определить по различным признакам: по географическому расположению, по размеру доли рынка предприятия, по степени известности потребителям, по рынкам сбыта, по стратегическому признаку.

Рынок плодового вина Республики Беларусь характеризуется высокой конкуренцией среди производителей. Основным рынком сбыта для предприятия по плодovому вину является Могилевская область. На данном рынке присутствует продукция как всех местных производителей, так и производителей других областей Республики Беларусь.

Продукция ОАО «Могилевоблпищепром» реализуется на внутреннем рынке, в Могилевской области, а так же по другим областям Республики Беларусь.

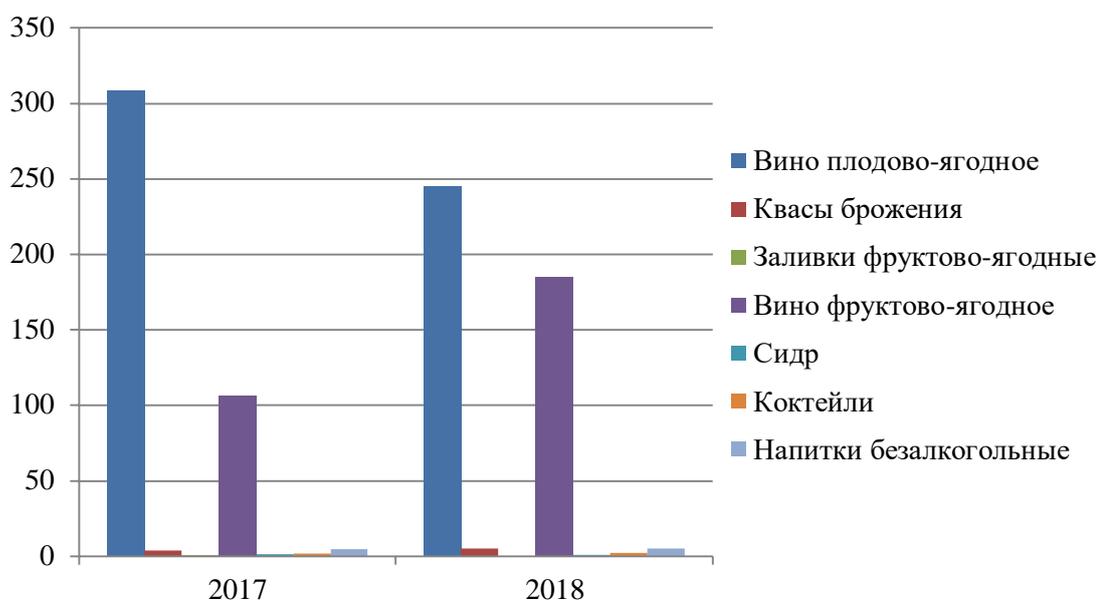
*Таблица 1*

*Динамика сбыта вина плодового по рынкам ОАО «Могилевоблпищепром» за 2010-2017 гг., тыс дал.*

Рынок сбыта	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Могилевская область	296,8	346,0	357,3	173,9	228,8	290,5	303,9	221,2
Прочие области	6,6	40,5	135,5	209,1	164,2	133,3	122,2	192
Внешние рынки	-	-	-	-	-	-	-	1
Всего:	303,4	386,5	492,8	383	393	423,8	426,1	414,2
Примечание – Разработано автором на основе статистической отчетности ОАО «Могилевоблпищепром» за период 2010-2017гг.								

Из табл. 1 видно, что реализация вина плодового происходит только на внутренний рынок, что является отрицательным моментом. Продукция ОАО «Могилевоблпищепром» слабо затрагивает рынки других областей и не поставляется на внешние рынки.

На рисунке приведена динамика показателей по реализации продукции ОАО «Могилевоблпищепром» в тыс. дал. за 2018г.



*Рис. 1. Динамика объемов реализации продукции за период 2017-2018 гг, тыс. дал. Примечание – Разработано автором на основании статистической отчетности ОАО «Могилевоблищепром».*

На основании анализа данных, представленных на графике, был сделан вывод, что предприятие в основном специализируется на реализации винной продукции. Исходя из этого, было выявлено, что реализация других продуктов слабо выражена, что является отрицательным.

В результате проведенного анализа эффективности сбытовой логистики предприятия было установлено, что основным фактором, оказывающим отрицательное воздействие на объемы реализации алкогольной продукция ОАО «Могилевоблищепром» является ее качество. В настоящее время указанная продукция готовится путём спиртового брожения фруктового или ягодного сусла (сока). На данный момент остановка брожения спиртом является самым простым методом, способствующим длительному хранению вина. Недостатком данного метода является то, что вино становится очень крепким и не всегда приятным на вкус, может приобретать неприятный запах.

На основании проведенного анализа были предложены мероприятия по улучшению сбытовой логистики на предприятии, в том числе:

- 1) улучшение качества путем внедрения пастеризатора;
- 2) совершенствование маркетинговой деятельности за счет улучшения рекламных мероприятий и внедрения мобильного приложения.

*Материал поступил в редколлегию 13.03.20.*