

кредитной, ценовой, инвестиционной политикой, направленными на развитие данной отрасли.

Литература

1. Уровень самообеспечения Беларуси по основным группам продовольствия превышает 100% [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belta.by> – Дата доступа 01.05.2025.
2. Продовольственная безопасность в Беларуси: об эффективности агропромышленного комплекса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ibmedia.by> – Дата доступа 01.05.2025.
3. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2024 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. - Дата доступа: 02.05.2025.
4. Производство продукции растениеводства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mshp.gov.by> – Дата доступа 01.05.2025.

УДК 658.81:637.1

УПРАВЛЕНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОАО «ПОСТАВСКИЙ МОЛОЧНЫЙ ЗАВОД»

П.А. Сауль, студент 4 курса ФПУ

Научный руководитель: И.И. Станкевич

*УО «Белорусский государственный аграрный технический
университет»,
г. Минск, Республика Беларусь*

Управление сбытовой деятельностью – это системный процесс, включающий планирование, организацию, мотивацию и контроль, направленный на эффективное продвижение продукции на рынок, удовлетворение потребностей клиентов и достижение устойчивого роста прибыли предприятия. Стратегическое управление сбытом обеспечивает долгосрочную конкурентоспособность и адаптацию к динамичной рыночной среде [1].

Основной целью управления сбытом является максимальное удовлетворение платежеспособного спроса потребителей и создание положительного имиджа на рынке. Достижение этих целей требует постоянного анализа потребностей и запросов клиентов, а также адаптации деятельности организации к меняющимся условиям внешней и внутренней среды.

ОАО «Поставский молочный завод» является одним из ключевых градообразующих предприятий Поставского района с богатой истори-

ей и значительным вкладом в развитие молочной промышленности региона. Предприятие специализируется на производстве широкого ассортимента высококачественной молочной продукции, включая сыры, сливочное масло, творог, цельномолочные продукты, сыворотку и другие изделия под торговой маркой «Поставы городок» [6].

В 2024 г. ОАО «Поставский молочный завод» продемонстрировал общий рост объемов производства, особенно по таким направлениям, как твердые сыры, сухое молоко, СОМ и сыворотка.

Выручка на 2024 г. составила 28326,75 тыс. руб., рентабельность продаж и чистой прибыли в 2023 г. отрицательная (-0,27), что свидетельствует о том, что организация в отчетном периоде понесла убытки и указывает на необходимость анализа причин и корректировок в стратегии предприятия.

В 2024 г. среднегодовая стоимость основных средств составила 113675 тыс. руб., что на 13,27 % больше по сравнению с 2023 г. (100358 тыс. руб.). Это свидетельствует о росте инвестиционной активности на предприятии.

ОАО «Поставский молочный завод» занимается производством молочной продукции. Основные каналы сбыта включают оптовую, розничную и прямую торговлю. Деятельность по поставке продукции потребителям на ОАО «Поставский молочный завод» осуществляет отдел сбыта по стандарту СТП ПМЗ-ИСМ-300567362-20.1-2024.

Сбытовая политика ОАО «Поставский молочный завод» имеет несколько сильных сторон, а именно:

1. Высокое качество продукции и современные технологии.
2. Сильные позиции на внутреннем и внешнем рынках.
3. Развитая фирменная торговая сеть.
4. Сертификация и международные стандарты.
5. Гибкая сбытовая политика и ориентация на потребителя.

Сбытовая политика ОАО «Поставский молочный завод» также имеет некоторые слабые стороны. Вот некоторые из них:

1. Зависимость от российского рынка и внешних факторов.
2. Ограниченность географии внутреннего сбыта.
3. Проблемы с обновлением ассортимента и инновациями.
4. Логистические и инфраструктурные вызовы.
5. Ограниченная глубина переработки побочных продуктов.

В ассортименте представлены как традиционные, так и инновационные продукты, что позволяет удовлетворять широкий спектр потребностей разных групп покупателей.

В ходе исследования были предложены следующие мероприятия по совершенствованию сбытовой политики организации:

1. Совершенствование работы с покупателями (анкета потребителя и анкета партнера).

Экономический эффект: 5553,89 тыс. руб.

2. Расширение ассортимента производимой молочной продукции (внедрение глазированного сырка). Рекомендуется приобрести комплекс оборудования, обеспечивающий полный цикл производства. Экономический эффект: 243,333 тыс. руб.

Годовые платежи по кредиту: 331440 тыс. руб.

Для успешной реализации необходимо привлечение кредитных средств, в частности, кредита «Бизнес-решение» от ОАО АСБ «Беларусбанк» или Лизинг от АСБ «Лизинг» с процентной ставкой 16 % годовых.

3. Оптимизация международной выставочной деятельности с целью совершенствования сбытовой деятельности.

Участие в международных выставках является важным инструментом для ОАО «Поставский молочный завод» с целью расширения рынков сбыта, укрепления имиджа и повышения узнаваемости бренда.

Экономический эффект: 141,12 тыс. руб.

4. Внедрение информационных систем для проведения маркетинговых исследований (программный комплекс «BrandAnalytics»).

Экономический эффект: повышение уровня взаимодействия между работниками отдела по вопросам проведения маркетинговых исследований.

Общий эффект от мероприятий ОАО «Поставский молочный завод» составил – 5938,34 тыс. руб.

Наибольший экономический эффект для ОАО «Поставский молочный завод» принесло совершенствование работы с покупателями посредством размещения анкет на сайте.

Таким образом, грамотное управление сбытовой деятельностью на основе системного анализа, внедрения инновационных инструментов и ориентации на потребителя является ключевым фактором успешного функционирования и дальнейшего роста предприятия.

Литература

1. Батура, В. В. Информационные системы и технологии в управлении сбытовой деятельностью : учебное пособие / В. В. Батура. – Минск: БГУ, 2023. – 256 с.
2. Власова, Н. П. Маркетинг и сбыт: учебник / Н. П. Власова. – Москва: КноРус, 2022. – 312 с.

3. Григорьев, А. С. Современные методы управления сбытом / А. С. Григорьев. – Москва: Инфра-М, 2023. – 280 с.
4. Кудряшов, Р. Б. Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью / Р. Б. Кудряшов. – Москва: КноРус, 2024. – 342 с.
5. Лаудон, К. К., Лаудон, Дж. П. Информационные системы управления / К. К. Лаудон, Дж. П. Лаудон; пер. с англ. – Москва: Вильямс, 2022. – 400 с.
6. Официальный сайт ОАО «Поставский молочный завод» [Электронный ресурс] // Moloko.by. – Режим доступа: <https://moloko.by/ru/about-us-ru>. Дата доступа: 15.03.2025.
7. Сауль, П. А., Станкевич, И. И. Методология формирования конкурентоспособной системы менеджмента ОАО «Поставский молочный завод» / П. А. Сауль, И. И. Станкевич // Формирование эффективной системы менеджмента в условиях транзитивной экономики: сборник статей по материалам II Международной научно-практической конференции (Мелитополь, 27-28 мая 2025 г.) / МелГУ: ред. кол. С. А. Нестеренко, Н. И. Болтянская, С. П. Логинов [и др.]. – Мелитополь: МелГУ, 2025. – С 300–304.

УДК 338.43

ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ПРОИЗВОДСТВА МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Е.С. Чернявская, магистрант ФПУ

Научный руководитель: Липницкая В. В., канд. экон. наук, доцент
*УО «Белорусский государственный аграрный технический
университет»,
г. Минск, Республика Беларусь*

Реалии сегодняшнего дня показывают, что одной из важнейших мировых проблем, требующих незамедлительного решения, является обеспечение населения качественными и безопасными продуктами питания в пределах медицинских обоснованных норм.

Однако решение данной проблемы становится проблематичным вследствие ряда глобальных проблем, связанных с быстрым ростом населения в отдельных регионах мира, ухудшением эпидемиологической и экологической ситуации, введением продовольственного эмбарго и других.

Ожидается, что рынок мяса в период 2022–2029 гг. будет расти со среднегодовым темпом 5,7 % и достигнет \$1,345 трлн к 2029 г. Дополнительно ожидается, что к 2027 г. глобальное потребление мяса на душу населения увеличится до 35,4 кг (на 0,3 % каждый