

4. Федько В.П. Основы маркетинга: учеб. пос. Ростов н/Д: Феникс, 2011.
5. И. Кони́на. Маркетинг и конкурентные позиции ТНК. Маркетинг. 2009. №3.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга. М: Прогресс. 2015.

УДК 338.43

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПОЧКАМИ ПОСТАВОК ПРЕДПРИЯТИЯ

Казакевич Л.А., к.ф.-м.н., доцент

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

Виноградов Д.В., д.б.н., профессор

ФГБОУ ВО «Рязанский государственный агротехнологический университет имени П.А. Костычева», г. Рязань, Россия

Ключевые слова: конкуренция, комбинаты хлебопродуктов, мукомольно-крупяная продукция, рынки сбыта.

Key words: competition, bakery plants, milling products, markets.

Аннотация. Проведен анализ продукции, выпускаемой ОАО «Барановичский комбинат хлебопродуктов». Определены рынки сбыта и основные конкуренты. Показана роль различных факторов, обеспечивающих конкурентоспособность мукомольно-крупяной продукции.

Summary: The analysis of the products produced by Baranovich Bakery Plant has been carried out. Markets and main competitors have been identified. The role of various factors ensuring the competitiveness of milling products is shown.

Мукомольно-крупяная промышленность входит в число наиболее социально значимых отраслей агропромышленного комплекса. Вырабатываемые из муки хлеб, хлебобулочные, крупяные, макаронные и кондитерские изделия необходимы в любом возрасте. Именно поэтому основным критерием продовольственной безопасности страны является стабильное обеспечение населения продуктами переработки зерна [1].

В условиях рыночных отношений занятие, удержание и укрепление их позиций на рынке является одной из ключевых проблем, от решения которой зависит успех и выживание субъектов предпринимательской деятельности. При этом решающее значение имеет установление, поддержание на необходимом уровне и повышение их конкурентоспособности, под которой, в самом широком смысле, понимается способность предприятия выдерживать конкуренцию [2].

В работе проведен анализ конкурентной позиции ОАО «Барановичский комбинат хлебопродуктов» (ОАО «Барановичхлебопродукт») на рынке мукомольно-крупяной продукции.

ОАО «Барановичхлебопродукт» является одним из крупнейших предприятий Республики Беларусь по хранению и переработке зерна. Продукция, выпускаемая комбинатом, – это:

- мука (пшеничная, ржаная, зерно пшеницы цельносомольное);
- крупы (горох, гречка, манка, овсяная, рис, пшено);
- мучные полуфабрикаты (блинчики дрожжевые, дрожжевое тесто, манник, песочное тесто, пицца дрожжевая, пончики);
- здоровое питание (зерна для проращивания, клетчатка пшеничная);
- комбикорма (для птиц, свиней, КРС, рыб).

Основной целью товарной политики ОАО «Барановичхлебопродукт» является оптимизация ассортимента выпускаемой продукции, ориентированной на запросы рынка и потенциальной группы потребителей, усовершенствование упаковки, реализация продукции под торговой маркой «Гаспадар», «Скарбонка здоровья», «Барановичские комбикорма».

Реализация основных видов продукции ОАО «Барановичхлебопродукт» за 2017–2018 гг. представлена в таблице 1.

Таблица 1. Реализация основных видов продукции

Наименование продукции	2017 г., тонн	2018 г., тонн	2018/2017, %
Мука пшеничная «Экстра»	252,6	221,4	87,6
Мука пшеничная в/с М54-28	10059,1	8140,1	80,9
Мука пшеничная в/с М54-25	11666,7	8458,4	72,5
Мука пшеничная 1 сорт М36-30	2374,8	2305,5	97,1
Мука пшеничная 1 сорт М36-27	2494,7	2244,3	90,0
Мука пшеничная 2 сорт	1252,7	1391,9	111,1
Мука ржаная сеяная	5074,0	4304,7	84,8
Мука ржаная обдирная	1628,1	1633,0	100,3
Экспорт муки	7429,2	3218,0	43,3
Крупа манная	653,8	481,3	73,6
Крупа гречневая	150,3	50,5	33,6
Остальные крупы	320,0	284,3	88,9
Мука для оладий в/с	31,0	26,6	85,8
Мука для блинов в/с	15,9	13,2	83,3
Смесь для пиццы оригинальная	3,9	4,1	103,6
Смесь для пиццы дрожжевая	5,0	4,8	95,1
Клетчатка	3,2	1,7	52,4
Хлопья зародышевые	3,1	1,5	47,5

Уменьшение реализации по некоторым позициям связано с падением спроса на продукцию. Для привлечения большего числа покупателей и расширения рынков сбыта ОАО «Барановичхлебопродукт» поставляет свою продукцию в крупные торговые сети и гипермаркеты:

- ООО «Табак-Инвест» ТЦ «Корона»;
- ООО «Евроторг»;
- ООО «ГРИНрозница»;
- ЗАО «Доброном»;
- ИЧТУП «Баниар» гипермаркет «Бикс»;
- гипермаркеты «Простор», «ГИППО», «Рублевский», «Алми», «Бел-Маркет Компани».

Маркетинговая стратегия комбината направлена на сохранение долгосрочных партнерских отношений с потребителями, расширение рынка сбыта на территории Республики Беларусь и продвижение на него своей продукции, расширение географии продаж продукции на экспорт, оптимизацию и совершенствование работы собственной фирменной торговли, дилерской и дистрибьюторской сетей. Основной задачей является предложение на рынок продукции, отвечающей по качеству требованиям потребителей, конкурентоспособной по цене.

Основные конкуренты ОАО «Барановичхлебопродукт» представлены в таблице 2.

Таблица 2. Основные конкуренты ОАО «Барановичхлебопродукт» в Республике Беларусь

Предприятие	Производимая продукция
ОАО «Лидахлебопродукт»	Мука пшеничная, мука ржаная, отруби, хлопья, концентраты пищевые, макаронные изделия, комбикорма
ОАО «Брестхлебопродукт»	Мука пшеничная, мука ржаная, крупы, хлопья
КУП «Минскхлебопродукт»	Мука пшеничная, мука ржаная, крупы, мучные смеси, макаронные изделия, зерновые смеси, здоровое питание
УП «Борисовхлебопродукт»	Мука пшеничная, мука ржаная, крупы, крупы, макаронные изделия, полуфабрикаты мучных изделий, комбикорма
ОАО «Гомельхлебопродукт»	Мука пшеничная, мука ржаная, крупы, крупы, мучные полуфабрикаты, здоровое питание
«ОАО Калинковичхлебопродукт»	Мука пшеничная, мука ржаная, крупы, комбикорма

На прилавках магазинов можно встретить также продукцию российских производителей, таких как «Гарнец», «Макфа», а также украинского производителя «Flouq».

В ОАО «Барановичхлебопродукт» регулярно отслеживается работа всех конкурентов в области продвижения продукции, ее качества и ценовой политики. Здесь следует отметить, что цена на мукомольно-крупяную продукцию у конкурентов несколько выше.

В 2018 г. экспортный рынок ОАО «Барановичхлебопродукт» представляли Россия, Украина, Грузия, Болгария, Молдова. При этом 47,9 % экспортируемой продукции приходилось на Украину и 41,5 % – на Россию. Всего объем поставок продукции на экспорт составил 474200 \$.

На белорусском рынке мукомольно-крупяной продукции конкуренция определяется тем, что производители выпускают схожие товары, а колебания цен являются незначительными. Влияние на нее также оказывают предпочтения и вкусы потребителей, реклама, имидж организации, ситуация на рынке и ряд других факторов [3]. Важное значение для укрепления конкурентных позиций ОАО «Барановичхлебопродукт» на рынке имеют:

- стимулирование потребителей (подарки покупателям, бесплатные пробы во время проведения акций-дегустаций);
- стимулирование деловых партнеров (сувенирная продукция);
- публикации («Наш край», «Интекс-пресс», «TUT.BY»);
- участие в выставочно-ярмарочных мероприятиях («Продэкспо», «Белагро» и др.);
- совместные мероприятия со студентами (БарГУ и БГАТУ);
- фирменный стиль (брендирование бланков, визиток, прайс-листов, сувенирной продукции).

Таким образом, продукция ОАО «Барановичхлебопродукт» носит социально значимый характер, ее потребление относительно стабильно. Комбинат и предприятия-конкуренты имеют на рынке равное положение, которое во многом определяется производственными возможностями и платежеспособностью потребителей.

Список использованной литературы

1. Государственная программа развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016–2020 годы. – Минск : 2016.
2. Брылев, А.М. Конкурентоспособность пищевых предприятий / А.М. Брылев. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 453 с.
3. Философова, Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность / Т.Г. Философова, В.А. Быков. – Москва: Юнити-Дана, 2017. – 296 с.