

высокий уровень затрат на производство продукции. Их снижение – одна из первоочередных задач отрасли и каждого предприятия, так как от уровня себестоимости продукции зависят, сумма прибыли и уровень рентабельности, финансовое состояние предприятия и его платежеспособность, размеры отчислений в фонды накопления и потребления, темпы расширенного воспроизводства, уровень закупочных и розничных цен на животноводческую продукцию.

Литература

1. Бовша, Н.В. Калькулирование себестоимости продукции / Н.В. Бовша // Учет в производстве. – 2023. – №4. – С. 44–46.
2. Указ от 23.02.2016 № 78 «О мерах по повышению эффективности социально-экономического комплекса Республики Беларусь» [Электронный ресурс]/ Официальный Интернет портал Президента Республики Беларусь – Минск, 2019. – Режим доступа: <http://president.gov.by>. – Дата доступа: 16.06.2025.

УДК 338.43

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ БЕЛАРУСИ

В.А. Казакова, магистрант ФПУ

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

Наиболее характерными признаками развитого молочного рынка являются: удовлетворенный спрос на молоко и молочные продукты, активизация спроса у потребителей, гибкость системы экономических отношений в цепочке «производство – переработка – потребление», сочетание невмешательства государства в хозяйственную деятельность субъектов молочного рынка с его регулированием на региональном, межрегиональном и национальном уровнях [1].

Сбыт выпущенной продукции, в условиях рынка является основной целью любого субъекта хозяйствования, по завершении которого определяются результаты хозяйствования, эффективность

производства. Это позволяет предприятию выполнять обязательства перед государственным бюджетом, банками по ссудам и кредитам, персоналом, поставщиками и возмещать прочие производственные затраты. Невыполнение плана реализации вызывает замедление оборачиваемости оборотных средств, штрафы за невыполнение договорных обязательств перед покупателями, задерживает платежи, ухудшает финансовое положение организации. Поэтому эффективная сбытовая деятельность становится сегодня одним из важнейших элементов концепции в управлении предприятием. Производитель, имеющий стратегической задачей не только получение кратковременной прибыли, но и долговременное развитие компании и продукции на рынке, ставит своей задачей увеличение продаж, завоевание большей доли рынка и увеличение дистрибуции продукции и услуг.

Таким образом, совершенствование сбытовой деятельности является одним из наиболее значимых элементов системы взаимодействия производителя и потребителя как субъектов экономических отношений, что и определяет актуальность данной статьи.

С развитием рынка стало очевидно, что сбытовая политика влияет не только на результативность работы предприятия, но и на его конкурентные позиции, удовлетворенность потребителей и их отношение к товару и производителю, репутационные активы компании. Недостаточная эффективность деятельности предприятия в этом направлении ставит под угрозу существование всего предприятия. Таким образом, совершенствование сбытовой политики становится одним из ключевых элементов системы управления предприятием [2].

Известно, что сегодня «умные» технологии набирают всё большую популярность в мире и дают возможность автоматизировать различные процессы. В условиях усиления внедрения цифровых технологий очевиден тренд смещения акцента в долях между классической и автоматизированной (цифровой) торговлей в сторону автоматизированной торговли.

Одним из компромиссных решений может стать реализации сельскохозяйственной продукции через вендинговые аппараты, которые осуществляют «умную» продажу посредством системы управления мобильными сотрудниками и сервисными процессами с комплексным анализом информации о качественных и количественных характеристиках реализуемой продукции [3].

Поэтому, по нашему мнению, одним из направлений расширения каналов сбыта молочной продукции и диверсификации производственной деятельности в Беларуси является приобретение и установка молокоматов в уличном пространстве городов, а также в крупных торгово-развлекательных центрах, расположенных в районах многоквартирной жилой застройки.

Молокомат – это автономная изолированная молочная станция для продажи свежего молока. Можно сказать, что подобный вариант бизнеса и сбыта продукции в Республике Беларусь только начинает развиваться, а потому конкуренция в данный момент минимальная.

Ключевое преимущество такого аппарата (станции) заключается в том, что в нём встроена автоматизированная система охлаждения, которая позволяет хранить реализуемый продукт в максимально благоприятных условиях, то есть молоко будет оставаться свежим, даже если не будет продано в первый или второй день, после пополнения автомата [4].

Преимущества использования автомата по продаже молока для потребителя:

- свежий натуральный продукт без консервантов и каких-либо добавок;
- высокая гигиеничность и экологичность продукции;
- простота использования;
- отсутствие очередей;
- возможность использовать автомат 24 часа в сутки без выходных;
- конкурентоспособная стоимость продукции из-за низких эксплуатационных расходов и отсутствия длинной цепочки посредников;
- исключает негативное влияние человеческого фактора на качество обслуживания.

Каждое утро свежее молоко закачивается в специальные емкости, а как только заканчивается весь объем, владелец молокомата получает сообщение по телефону. Таким образом, можно доливать продукцию столько раз, сколько необходимо. Если молоко в течение дня не было продано, есть возможность хранить его до 3 суток. После, продукция утилизируется. Диспенсеры и все емкости автомата автоматически промываются. Для этого по трубкам прогоняется несколько раз специальная жидкость, используемая на фермах для промывки оборудования для дойки, устраняющая все остатки продукта.

Система оплаты позволяет производить оплату монетами, купюрами, а также выдавать сдачу монетами. Установки цены за 1 литр может изменяться в любое время оператором.

Проведенные нами расчеты показали, что инвестиционные затраты на реализацию проекта по установке и обслуживанию молокомата окупятся в течение двух лет. Каждый вложенный рубль инвестиционных затрат позволит получить около 2,5 руб. дохода.

Таким образом, проект внедрения молокоматов по продаже свежего молока целесообразен, так как позволит увеличить чистый доход предприятия, создать дополнительные рабочие места, повысить уровень платы труда водителей, а также расширить применяемые каналы сбыта, сформировать положительный имидж предприятия, повысить узнаваемость производимой продукции.

На основании вышеизложенного, можно сделать вывод, что сбытовая деятельность строится на основе упорядоченного анализа потребностей и запросов, восприятий и предпочтений, свойственных потребителям продукции организации, при этом потребности и запросы покупателей постоянно меняются.

Проект внедрения молокоматов по продаже свежего молока целесообразен и позволит увеличить чистую прибыль предприятия, создать дополнительные рабочие места, повысить уровень платы труда водителей, а также расширить применяемые каналы сбыта, сформировать положительный имидж предприятия, повысить узнаваемость производимой продукции.

Литература

1. Амренова, Д.Б. Система продаж как основное конкурентное преимущество / Д.Б. Амренова, Л.Р. Зиязиева // Scientific Evolution. – 2020. – № 1. – С. 142–150.
2. Швоева, В.О. Типы сбытовых стратегий и их особенности / В.О. Швоева // Научно-практические исследования. – 2020. – № 24. – С. 271–274.
3. Лысенко, Е.А. Особенности формирования портфеля маркетинговых сбытовых стратегий сельскохозяйственных предприятий / Е.А. Лысенко // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2019. – № 2. – С. 44–49.
4. Обзор вендинга в мире. Режим доступа - <https://iot.ru/riteyl/obzor-rynka-ven dinga-v-rossii-i-mire> Дата доступа: 18.06.2025.
5. Подробная информация с характеристиками молокоматов. Режим доступа: <https://us179psk.ru/tokarnye-stanki/voprosy-po-ustanovke-molokomatov-harakteristikane kotoryh.html> Дата доступа: 13.06.2025)