

3. Создавать платформы для обмена опытом и знаниями между аграриями и IT-специалистами.

Искусственный интеллект имеет огромный потенциал для трансформации агропромышленного комплекса Республики Беларусь. Его применение может привести к значительному повышению эффективности производства, улучшению качества продукции и устойчивому развитию аграрного сектора. Однако для достижения этих целей необходимо преодолеть существующие барьеры и создать благоприятные условия для внедрения новых технологий.

Список использованной литературы

1. Васенев К.А. Анализ информационных потоков промышленного предприятия в контроллинге // Контроллинг и менеджмент, 2011. – № 4.

2. Глушков В.М. Основы безбумажной информатики. 2-е изд. М.: Наука, 2010.

3. Ковалев, В. А., Иванова, Н. П. (2021). Инновационные технологии в агропромышленном комплексе: опыт стран СНГ. Минск: Издательство БГСХА.

4. Смирнов, Д. И., Петрова, Е. В. (2022). Применение искусственного интеллекта в сельском хозяйстве: вызовы и перспективы. Журнал аграрной экономики, 15(3), 45–58.

УДК 004:658.8

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ СБЫТА МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Станкевич И.И., ст. преподаватель

Сауль П.А., студент

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

Ключевые слова: молочная продукция, сбыт, эффективность.

Key words: dairy products, sales, efficiency.

Аннотация: В статье проведен анализ сбытовой политики молокоперерабатывающей организации и определены пути совершенствования системы сбыта.

Summary: The article analyzes the marketing policy of a dairy company and identifies ways to improve the sales system.

Стимулирование сбыта – комплекс маркетинговых мер, направленных на краткосрочное повышение спроса, увеличение объемов продаж и укрепление лояльности клиентов. Оно включает методы, воздействующие на три ключевые группы: потребителей (скидки, акции, программы лояльности), посредников (бонусы за объемы, премии за выполнение планов) и персонал (материальная и нематериальная мотивация).

Сбытовая политика ОАО «Поставский молочный завод» имеет несколько сильных сторон. Вот несколько из них:

1. Высокое качество продукции и современные технологии. Завод уделяет особое внимание качеству сырья, внедряет мировые технологии в производстве и переработке молока, что обеспечивает конкурентоспособность продукции на внутреннем и внешнем рынках.

2. Сильные позиции на внутреннем и внешнем рынках. Продукция под маркой «Поставы городок» хорошо известна и востребована не только в Беларуси, но и в России, Казахстане, Узбекистане, Кыргызстане.

Завод успешно реализует стратегию диверсификации экспорта, наращивает сотрудничество с крупными федеральными торговыми сетями России, а также активно ищет новые рынки сбыта.

3. Развитая фирменная торговая сеть. ОАО «Поставский молочный завод» имеет собственную сеть фирменных магазинов, что позволяет напрямую изучать спрос, быстро реагировать на его изменения и обеспечивать покупателей свежей продукцией. Удобная фасовка и упаковка сыров (нарезка бруском и слайсом) делает продукцию более привлекательной для потребителей и розничных партнеров.

4. Сертификация и международные стандарты. Завод прошел сертификацию системы менеджмента безопасности пищевых продуктов по стандарту ISO 22000, что повышает доверие партнеров и покупателей, а также облегчает выход на зарубежные рынки.

5. Гибкая сбытовая политика и ориентация на потребителя. Завод активно внедряет новые сбытовые подходы, адаптируется к меняющимся рыночным условиям, учитывает предпочтения клиентов и оперативно реагирует на изменения спроса.

Сбытовая политика ОАО «Поставский молочный завод» также имеет некоторые слабые стороны. А именно:

1. Зависимость от российского рынка и внешних факторов. Основной экспортный рынок для завода – Россия, что делает сбытовую политику уязвимой к изменениям экономической ситуации, валютных колебаний и усилению конкуренции со стороны российских производителей. За последние годы Россия значительно увеличила собственное производство молока и сыров, что привело к снижению спроса на белорусскую продукцию и росту складских запасов на заводе.

2. Ограниченность географии внутреннего сбыта. Несмотря на наличие собственной сети магазинов и активные поставки в Минск и крупные города, сбытовая политика завода ориентирована преимущественно на ограниченный круг регионов внутри страны. Это сдерживает возможности для расширения рынка и увеличения доли присутствия в новых регионах.

3. Проблемы с обновлением ассортимента и инновациями. Хотя завод внедряет новые продукты и форматы упаковки, модернизация ассортимента и освоение новых рыночных ниш происходят не так быстро, как требуют современные тенденции и запросы потребителей. Это может снижать привлекательность продукции для новых сегментов рынка и ограничивать рост продаж.

4. Логистические и инфраструктурные вызовы. Рост объемов переработки и расширение ассортимента требуют постоянного обновления материально-технической базы, развития логистики и увеличения складских мощностей. Завод вынужден инвестировать в новые камеры хранения и транспорт, чтобы соответствовать растущим требованиям рынка, что создает дополнительную нагрузку на бюджет и может замедлять оперативность поставок.

5. Ограниченная глубина переработки побочных продуктов. В настоящее время сыворотка, получаемая при производстве сыров, не перерабатывается в современные востребованные продукты, что приводит к недоиспользованию сырьевого потенциала и упущенным возможностям для дополнительного дохода.

6. Государственная форма собственности. Более 99,5 % акций завода принадлежит государству. Это может сдерживать гибкость в принятии решений, внедрении инноваций и быстром реагировании на рыночные изменения по сравнению с частными конкурентами. В ассортименте представлены как традиционные, так и инновационные продукты, что позволяет удовлетворять широкий спектр потребностей разных групп покупателей.

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.

Процедура поставки продукции потребителям включает: сбор и обработку заявок потребителей, планирование отгрузки на день, подготовка продукции к отгрузке, отгрузку и доставку продукции, анализ выполнения заявок потребителей.

Поставка продукции осуществляется в соответствии с заключенными договорами на основании ежедневных заявок торговых организаций.

С каждым потребителем предварительно заключается договор в соответствии с РК ПМЗ-ИСМ-300567362-01, в котором оговариваются требо-

вания потребителя, в том числе по способам поставки, упаковки, транспортированию.

Сети магазинов высылают специалисту по работе с клиентами «Дислокации магазинов» в произвольной форме.

Специалист по работе с клиентами до 10 января текущего года разрабатывает и утверждает у директора организации «График сбора заявок на отгрузку», «График подготовки документов на отгрузку» и «График отгрузки продукции иногородним покупателям». В соответствии с «Графиком сбора заявок и подготовки документов отгрузки» потребитель подает заявку в устной или письменной форме (форма заявки произвольная) в отдел сбыта.

Заявку на поставку продукции торговые организации подают специалисту по продаже (соответствующего направления) в произвольной форме посредством телефонной связи, электронной почты и EDI-системы. Поданную заявку специалисты по сбыту заносят в «Заявку на поставку продукции торговым организациям».

По окончании сбора заявок от потребителей, они суммируются в сводную ведомость «Отгрузка». Ответственность за формирование указанной ведомости несут специалист по работе с клиентами и специалисты по продаже.

После получения от отдела сбыта сводных ведомостей «Отгрузка» кладовщик склада готовой продукции формирует задание на смену и отдает устное распоряжение мастерам производственных цехов на выпуск той или иной продукции.

На основании сводной ведомости «Отгрузка», с учетом остатков продукции на складе готовой продукции, специалист по работе с клиентами планирует отгрузку на следующий день: уточняет выполнение заявок у кладовщика склада готовой продукции; составляет заявку на автотранспорт; уточненную ведомость «Отгрузка» подает на выпуск товарно-транспортных накладных, качественных удостоверений в бухгалтерию и ПЛ.

Доставку продукции в торговые организации осуществляют водители автотранспортного участка ОАО «Поставский молочный завод».

Процедура приемки, хранения, учета и отпуска готовой продукции описана в СТП ПМЗ-ИСМ-300567362-18.

Основными задачами при организации погрузо-разгрузочных работ, хранения, упаковке и поставке продукции являются: обеспечение бесперебойного приема продукции от цехов – изготовителей; обеспечение условий хранения, предотвращающих порчу и утерю готовой продукции; рациональное использование складских площадей и оборудования; обеспечение качественной и бесперебойной отгрузки продукции потребителям.

Выполнение поставленных задач осуществляется при помощи: наличия необходимой технологической документации; наличия специально

обученного персонала; наличия складов для хранения готовой продукции в условиях, соответствующих требованиям нормативной документации; механизации погрузочно-разгрузочных работ; соответствия транспорта требованиям настоящей инструкции.

Анализ выполнения заявок от потребителей производится:

– Ежедневно специалист по работе с клиентами представляет на совещании у директора организации отчет о «Реализации продукции за месяц» в котором сравниваются объемы реализованной продукции по неделям с показателями прошедшего года.

– Ежеквартально, до 10 числа месяца, следующего за отчетным кварталом, ведущий специалист по работе с клиентами обеспечивает составление отчета о выполнении заявок потребителей на поставку продукции.

Отчет о выполнении заявок от потребителей на поставку продукции содержит следующую информацию: количество поступивших заявок; количество заявок, не выполненных в установленный срок; причины невыполненных заявок; выводы и предложения.

Отчет оформляется в произвольной форме, подписывается ведущим специалистом по работе с клиентами и утверждается заместителем директора по коммерческим вопросам и МТС.

Отчет о выполнении заявок потребителей на поставку продукции являются основанием для: оценки процесса «Поставка готовой продукции» по критериям «выполнение заявок потребителей»; проведения анализа состояния работ по поставке продукции потребителям ведущим специалистом по работе с клиентами и заместителем директора по коммерческим вопросам и МТС; выработки коррекций и корректирующих действий в соответствии с СТП ПМЗ-ИСМ-300567362-26.

Управление сбытовой деятельностью является важной составляющей успеха предприятия. Мною были изучены основные аспекты и методы, позволяющие эффективно организовать сбыт. Выработка рекомендаций по улучшению управления сбытом может способствовать повышению конкурентоспособности и увеличению объемов продаж предприятия.

В рамках предложений по развитию каналов сбыта ОАО «Поставский молочный завод» предлагается:

1. *Совершенствование работы с покупателями.* Предлагается разместить на сайте ОАО «Поставский молочный завод» в разделе «Главная» анкеты потребителя и в разделе «Партнерам» «оптовым покупателям» анкеты партнера, что позволит собирать обратную связь от конечных потребителей и партнеров, улучшать качество обслуживания, оперативно реагировать на запросы рынка и расширять клиентскую базу. Для ОАО «Поставский молочный завод» анкета для оптовых покупателей (форма заказа на сайте) должна быть удобным и функциональным инструментом для оформления оптовых закупок и сбора информации о потребностях партнеров.

2. *Расширение ассортимента производимой молочной продукции ОАО «Поставский молочный завод».* Завод является одним из ключевых производителей молочной продукции в Беларуси. Несмотря на свою известность и разнообразие выпускаемых товаров, завод не производит глазированные сырки. Указанный вид продукции предлагается к освоению.

3. *Оптимизация международной выставочной деятельности с целью совершенствования сбытовой деятельности.* Участие в престижных зарубежных конкурсах, выставках необходимо с целью подтверждения конкурентных преимуществ продукции, расширения географии реализации продукции, наращивания экспорта.

Реализация предложенных рекомендаций позволит ОАО «Поставский молочный завод» повысить эффективность сбытовой деятельности, укрепить конкурентные позиции на рынке, повысить уровень удовлетворённости клиентов и партнёров, а также обеспечить устойчивое развитие предприятия в условиях современной рыночной экономики.

УДК 004:658.8

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ

Станкевич И.И., ст. преподаватель

Беляк В.Д., студент

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

Ключевые слова: автоматизация, птицеводство, ERP-система, эффективность.

Key words: automation, poultry farming, ERP system, efficiency.

Аннотация: В статье рассмотрены пути совершенствования сбытовой политики с использованием системы автоматизации птицеводческого предприятия.

Summary: The article discusses ways to improve the marketing policy using the automation system of a poultry enterprise.

Внедрение ERP-системы в филиал «Минский» ОАО «Агрокомбинат Дзержинский» является стратегически важным шагом для совершенствования сбытовой политики. Ниже подробно расписаны этапы и ключевые аспекты реализации этого предложения.