

УДК 658.8.012.12

АНАЛИЗ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИЕЙ ПРОДУКЦИИ ОАО «ВЕРХНЕДВИНСКИЙ МАСЛОСЫРЗАВОД» НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ

В.С. ДУБЕЙКО

(Представлено: канд. техн. наук, доц. М.Ж. БАНЗЕКУЛИВАХО)

Рассмотрены возможные варианты повышения эффективности управления реализацией продукции предприятия на внешнем рынке с максимальным экономическим эффектом, проанализирована работа отдела, занимающегося реализацией продукции, изучена возможность привлечения оптовых посредников для продвижения продукции предприятия на внешний рынок, взвешены возможные критерии выбора грузоперевозчиков, обращено внимание на возможность увеличения объемов экспорта, предложена стратегия развития логистики по отношению к экспорту продукции предприятия.

Процесс реализации продукции на внешнем рынке – это совокупность действий, которые направлены на достижение своей основной цели любого коммерческого субъекта хозяйствования, то есть привлечение максимальной предпринимательской прибыли при условии полного удовлетворения требований и запросов потребителей. Процесс реализации продукции (работ, услуг) является точкой начала и конца кругооборота производства.

Реализацией продукции в ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод» - предприятие на котором проводились данные исследования, занимается отдел сбыта и снабжения во главе с начальником, под руководством которого работают:

- специалисты по внешнеэкономической деятельности (ВЭД);
- специалисты по продаже;
- специалист по маркетингу;
- специалист по сбыту;
- специалисты по организации закупок;
- агент по закупкам;
- заведующий складом;
- товаровед фирменной торговли.

Отдел сбыта и снабжения является самостоятельным структурным подразделением, на который возложено огромное количество функций, но можно выделить главные функции данного структурного подразделения, к которым относятся обеспечение производства сырьем и материалами и реализация готовой продукции. Отдел сбыта и снабжения, так следует, взаимодействует практически со всеми структурными подразделениями предприятия [1].

Основной специализацией ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод» является производство сыров, которое занимает 80% в общем объеме производства. Ассортимент завода включает в себя различные виды сыра, сливочного масла и сыворотки. Среднегодовой объем производства 5200 тонн сыра. С 2009 года все сыры выпускаются на новой современной технологической линии «Берч-Ласка». Это одна из самых современных линий по производству твердых сыров в Европе. Также предприятие занимается производством сладкосливочного и шоколадного масла, сухой сыворотки.

Рынок реализации продукции – это экономическое пространство, где продавцы представляют свои товары и услуги, а покупатели имеют возможность ознакомиться с представленным и оплатить необходимое. Иными словами, это место (магазин, рынок, интернет-площадка, выставка и иное), где продавец сбывает товар покупателю.

Благодаря хорошему качеству, разнообразному ассортименту и активному маркетингу, выпускаемая продукция предприятия конкурентоспособна и востребована, как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

Внешний рынок реализации продукции ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод» сегодня составляют Российская Федерация (РФ), Польша, Китайская народная республика (КНР), Литва, Казахстан, Узбекистан, Сербия, Азербайджан, Египет и др. В таблице 1 представлены данные экспорта продукции ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод» за 2017–2019 года.

Таблица 1. – Динамика экспорта продукции ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод»

Наименование продукции	Реализация на экспорт		
	2017	2018	2019
Масло, тонн	200,9	550,7	660
Сыры жирные, тонн	2741,6	4250,9	7176,79
Сыворотка сухая, тонн	2330,0	3013,5	3629
Всего	5272,5	7815,1	11465,79

Примечание: источник [2].

Так, частичный запрет в 2017 году на поставку в Российскую Федерацию сказался на объемах экспорта, который снизился на 42 %. Но в 2018 году ситуация с поставкой в Россию нормализовалась и объемы экспорта увеличились на 48,2 % по сравнению с 2017 годом. В 2019 году также наблюдается рост экспорта на 46,7% по отношению к 2018 году.

Далее, в таблицах 2–4 представлен объем экспорта основной продукции ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод» в ассортименте по странам за 2019 году.

Таблица 2. – Объем экспорта масла за 2019 год

Страна	Объем (количество)		Доля, % (к долл.США)
	Тонна	тыс.долл.США	
Россия	600	2970	90,45
Сербия	40	214,8	6,54
Казахстан	20	99	3,01
Всего	660	3283,8	100

Примечание: источник [2].

Таблица 3. – Объем экспорта сыра за 2019 год

Страна	Объем (количество)		Доля, % (к долл.США)
	Тонна	тыс.долл.США	
Россия	7074,79	26292,2	97,52
Украина	85	564,4	2,09
Египет	8	47,68	0,18
Азербайджан	5	34,35	0,13
Казахстан	4	22,72	0,08
Всего	7176,79	26961,35	100

Примечание: источник [2].

Таблица 4. – Объем экспорта сыворотки за 2019 год

Страна	Объем (количество)		Доля, % (к долл.США)
	Тонна	тыс.долл.США	
Польша	2190	4642,8	60,47
Китай	475	973,75	12,68
Литва	420	898,8	11,71
Россия	324	680,4	8,86
Казахстан	180	396	5,16
Узбекистан	40	85,6	1,11
Всего	3629	7677,35	100

Примечание: источник [2].

Таким образом, наибольшая доля по реализации сыра и масла приходится на Российскую Федерацию. Наивысшую прибыль от реализации сыворотки приносит Польша, в которой было реализовано 2190 т продукции. Сербия, Египет и Азербайджан являются новыми рынками реализации продукции для предприятия. Туда были отправлены пробные партии продукции, но в будущем периоде ожидается рост объемов экспорта. Так как предприятие реализует продукцию достойного качества по приемлемым ценам.

Для продвижения своей продукции на внешний рынок, ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод» пользуется услугами оптовых посреднических организаций для каждой страны экспорта.

Использование оптовых посредников для продвижения продукции ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод» на внешний рынок имеет ряд преимуществ:

- помощь в установлении контактов со многими торговыми организациями, которые могут или хотят продавать продукцию предприятия;
- создание запаса у себя, что позволяет предприятию иметь меньший запас на своем складе;
- опыт работы на рынках, на которые предприятие хочет выйти;
- наличие крупных складских помещений, транспортных средств, рекламно-информационных служб и многих других возможностей для успешной реализации продукции предприятия;
- возможность поставлять товар быстрее, так как у них больше складов, чем у производителя, которые разбросаны по всей территории рынка и ближе к потребителям продукции предприятия.

Из недостатков в привлечении оптовых посредников для экспорта продукции можно выделить, что предприятие утрачивает контроль над доставкой товара и предоставлением его конечным потребителям, а также информация об отношении и претензиях потребителей, получаемая через посредников, может быть искаженной.

Отметим, что наибольшее количество посредников ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод» находятся в Российской Федерации, которые суммарно реализовали в 2019 году 7998,79 тонн продукции или 29942,60 тысяч долларов США, а это 78,95% от всей экспортируемой продукции. Далее идет 2190 т сыворотки или 4642,8 тысяч долларов США у Польши, а затем 973,75 тысяч долларов США у Китая. Таким образом, основным рынком реализации по-прежнему остается Россия, но с каждым годом предприятие стремится расширить внешний рынок и поставлять свою продукцию во все страны мира.

Следует учитывать, что особое место в реализации продукции ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод» на внешнем рынке занимает управление транспортом. Транспортной составляющей занимается инженер по организации перевозок и в его подчинении находятся диспетчер автомобильного парка и водители. Так же в его обязанности входит поиск сторонних перевозчиков и контроль их деятельности. Предприятие пользуется услугами сторонних перевозчиков для доставки продукции больших объемов, а также на расстояния свыше 500 км.

При выборе перевозчиков, обращают внимание на следующие критерии:

- опыт работы. Чем старше компания, тем больше знаний и опыта у нее в перевозках;
- время доставки. Выбирают перевозчика, который специализируется на нужном предприятии направлении. Имея большой опыт работы в данной области, перевозчик сможет предоставить самые выгодные логистические решения;
- стоимость перевозки. Цена за перевозку формируется в зависимости от объема перевозимого груза и расстояния, с учетом использования рефрижератора;
- собственный парк. Наличие собственных автотранспортных средств позволяет минимизировать риски, связанные с сохранностью груза, сроками подачи транспорта и доставки до места назначения. У перевозчика должны быть в наличии рефрижераторы разной грузоподъемности.

Следует также уделять внимание процессу формирования спроса и стимулирования реализации продукции предприятия, который условно делится на два этапа. На первом этапе, когда предприятие выходит на внешний рынок с новым товаром, преобладающими являются меры по формированию спроса. На втором этапе, когда покупатель уже ознакомился с потребительскими свойствами товара и собирается совершать повторные покупки данного товара или его аналогов-конкурентов, преобладают мероприятия по стимулированию реализации продукции.

Инструментом формирования спроса и стимулирования реализации продукции в системе маркетинга предприятия служит элемент комплекса маркетинга «продвижение».

Продвижение – это любая форма сообщений для информации, убеждения, напоминания о товарах, услугах, общественной деятельности, идеях и т.д.

Так, успешная реализация продукции на внешнем рынке связана с комплексом мер, направленных на стимулирование заинтересованности потребителей. К таким мерам относятся: реклама, связи с общественностью, мероприятия по стимулированию реализации (ярмарки, выставки).

В ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод» существует стратегия развития логистики по отношению к экспорту своей продукции, включающая в себя следующие мероприятия:

1. Проведение технических мероприятий с целью повышения конкурентоспособности продукции;
2. Увеличение экспортных поставок на приоритетные и имеющиеся рынки;
3. Поиск новых рынков реализации продукции;
4. Увеличение объемов продаж сыра на внешнем рынке;
5. Активизация работы через торговых посредников на Украине, в Казахстане, Литве, Польше, Китае, что позволит расширить присутствие предприятия на данных рынках;
6. Совершенствование работы с постоянными потребителями на завоеванном рынке Российской Федерации;
7. Укрепление позиций на сложившихся в 2015-2020 годах рынках ближнего и дальнего зарубежья, обеспечение стабильных поставок с переходом на работу на долгосрочных контрактных условиях;
8. Постоянная работа над повышением имиджа предприятия: усиление рекламы продукции, активное участие в выставках, ярмарках и интенсивная работа в международной компьютерной сети Интернет (внедрение и развитие электронной коммерции) [3].

Все эти мероприятия необходимы для предприятия, так как оно использует интенсивный тип распределения продукции, что означает стремление максимизировать возможное количество точек распределения товара. Иными словами, предприятие, использующие интенсивное распределение, стремится сделать свой товар максимально доступным для потребителей.

Таким образом, изучение и анализ системы управления реализацией продукции ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод» на внешнем рынке показали, что основная часть выпускаемой продукции идет на экспорт, удельный вес экспорта в общем объеме реализации продукции предприятия составляет 85,53%. Предприятие экспортирует свою продукцию в такие страны, как Россия, Казахстан, Китай, Польша, Литва. В 2019 году завод стал поставлять свою продукцию на рынки Азербайджана, Египта

и Сербии. В каждой из этих стран, предприятие имеет оптовых посредников, которые помогают в доведение продукции до конечного потребителя. Успешная реализация продукции на внешнем рынке связана с комплексом мер, направленных на стимулирование заинтересованности потребителей. Исходя из этого следует, что новые достижения в технологиях, усиливающаяся конкуренция и быстро меняющаяся рыночная ситуация выдвигают перед предприятием такие задачи, как дальнейшее улучшение качества продукции и расширение ее ассортимента, совершенствование производства и увеличение выхода продукции, экономия ресурсов и повышенные требования к охране окружающей среды, освоение новых рынков и удовлетворение растущих запросов потребителей. С этой целью в ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод» действуют программы получения новых видов продуктов и развития их маркетинга, сокращения издержек производства и реализации, внедрения новых ресурсо- и энергосберегающих технологий, модернизация и реконструкция действующего производства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Положение об отделе сбыта и снабжения ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод». – Верхнедвинск, 2019.
2. Бизнес-план развития ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод» за 2020 год.
3. Анализ рентабельности реализованной молочной продукции ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод» за январь–декабрь 2019 года.