

## Выводы

В результате проведенных исследований, с учетом опыта промышленного производства и в соответствии с технологической схемой разработаны и утверждены в установленном порядке ТНПА на производство полуфабрикатов в вакуумной упаковке: Технологическая инструкция на производство полуфабрикатов в вакуумной упаковке, Технологическая инструкция по производству картофеля «Питательный» в вакуумной упаковке, технические условия ТУ ВУ 100217244.236–2012 «Полуфабрикаты из картофеля в вакуумной упаковке», ТУ ВУ 100217244.237–2012 «Картофель «Питательный» в вакуумной упаковке».

Производство полуфабрикатов и продуктов в вакуумной упаковке позволит максимально сохранить исходные свойства сырья, сэкономить энергетические ресурсы, в массовых количествах вырабатывать продукты повышенной готовности – полуфабрикаты и кулинарные изделия для индивидуального потребления и общественного питания.

11.08.2014

## Литература

1. Муравин, Я.Г. Применение полимерных и комбинированных материалов для упаковки пищевых продуктов / Я.Г. Муравин, М.Н. Толмачева, А.М. Додонов. – М.: Агропромиздат, 1995. – 204 с.
2. Микулович, Л.С. Упаковка для пищевых продуктов: учебное пособие / Л.С. Микулович, Е.К. Шарковский. – Минск: БГЭУ, 2003. – 67 с.
3. Стрингер, М. Охлажденные и замороженные продукты: пер. с англ. / М. Стрингер, К. Денис; под науч. ред. Н.А. Уваровой. – СПб.: Профессия, 2004. – 496 с.: ил. – (Серия: Научные основы и технологии).

УДК 339.138:631.173

**Е.И. Михайловский,**

**П.Н. Василевский**

(УО «БГАТУ»,

г. Минск, Республика Беларусь)

## **КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО СНАБЖЕНИЯ В АГРОБИЗНЕСЕ**

## Введение

Переход к рыночной экономике вызвал необходимость реструктуризации всех сфер производства, в том числе и аграрного, и, как следствие, – смежных с ними процессов, включая материально-техническое снабжение. В условиях плановой экономики, когда ресурсы строго распределялись, организации не уделяли должного внимания данному процессу. В настоящее время эффективно организованная система снабжения является одним из факторов, определяющих конкурентоспособность бизнеса. Во-первых, от нее зависит ритмичная и бесперебойная произ-

водственная деятельность, во-вторых, затраты на снабжение составляют значительную часть себестоимости продукции.

При этом все чаще применяется маркетинговый подход к решению проблем управления, что, безусловно, определяет необходимость использования его преимуществ и при организации процессов материально-технического снабжения в структуре аграрного бизнеса.

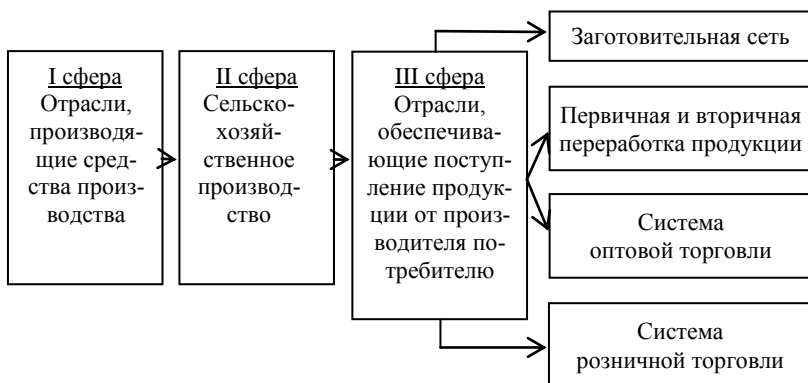
### **Основная часть**

Деятельность предприятий аграрного бизнеса обладает рядом особенностей, которые требуют детальной разработки стратегий снабжения их материально-техническими ресурсами. Во-первых, они закупают специфическую номенклатуру ресурсов, качество и цена которых играет определяющую роль в конкурентоспособности производимой продукции. Во-вторых, аграрные предприятия функционируют в условиях повышенных рисков, связанных с непредсказуемостью погодных условий, длительностью и сезонностью производственных процессов, высокой лимитирующей ролью временных факторов. Все это определяет необходимость использования современных методов и подходов к организации материально-технического снабжения, которые еще недостаточно широко применяются отечественными аграрными производителями.

В современных условиях развития экономики страны становятся актуальными процессы интеграции маркетинга и логистики, что в первую очередь накладывает отпечаток на стратегии снабжения предприятий. Материально-техническое снабжение является неотъемлемой частью любого производственного процесса. Одним из факторов, определяющих степень конкурентоспособности предприятия с точки зрения качества, стоимости продукции, сроков выполнения заказов, является четко организованная система материально-технического снабжения производства.

В процессе эволюции экономики АПК из аграрного сектора начали вычлняться самостоятельные производства, берущие на себя все больше функций, которые ранее выполнялись непосредственно сельскохозяйственными производителями. Усложнились средства аграрного производства, потребовались специализированные отрасли промышленности, производящие их для сельского хозяйства. Переработка, упаковка, хранение и транспортировка продовольствия также становятся самостоятельными сферами экономики. Сформировалась целая цепочка отраслей экономики, тесно связанных с аграрным сектором.

Четких границ для включения той или иной отрасли в АПК не существует. АПК естественным образом распадается на три сферы (рисунк 92).



**Рисунок 92 – Сферы агропромышленного комплекса**  
(источник: составлено авторами по материалам [1])

Анализ сложившейся ситуации в области поставок материально-технических ресурсов в аграрном секторе позволяет сделать вывод о необходимости сохранения единой системы агроснабжения на рынке средств производства в лице РО «Белагросервис» как основной ресурсопоставляющей системы АПК, отвечающей за полное и своевременное удовлетворение платежеспособного спроса всех предприятий комплекса. Это не исключает деятельности параллельных торгово-посреднических структур, конкурирующих с указанной макросистемой на региональных рынках средств производства. В этих условиях основным звеном системы агроснабжения должны оставаться районные и областные предприятия системы агросервиса. Сохранив вертикально-иерархический принцип выявления спроса и формирования заказа на технику, агросервисы, опираясь на развитую товаропроводящую систему, в состоянии организовать комплексное и качественное обеспечение сельскохозяйственных товаропроизводителей с помощью разветвленной сети торговых баз, складских комплексов, дилерских центров технического обслуживания, магазинов мелкооптовой торговли.

Ориентация организаций агросервиса на рыночные принципы хозяйствования позволит привлечь потребителя к обслуживанию через систему их территориальных баз и дилерских центров, которые в новых условиях должны доказать свое преимущество и конкурентоспособность по сравнению с многочисленными посредниками за счет лучшего качества и надежности обслуживания, оперативности отклика на потребительский спрос, гибкой ценовой политики, четкого графика поставок, системы гарантий на поставляемую технику. В рыночных условиях деятельность агросервиса должна строиться на принципах маркетинга и логистики, что обеспечит эффективное функционирование системы в

целом. Маркетинг в сфере АПК охватывает три области деятельности: маркетинг средств производства, сельскохозяйственного сырья, продовольственных товаров.

Все три разновидности маркетинга АПК, весьма несхожие между собой, имеют свою специфику, формируемую особенностями товарных рынков, и требуют самостоятельных форм организации, структуры, функций и методов деятельности маркетинговой службы. Так, если маркетинг сельскохозяйственной продукции функционирует только на стыке II и III сфер АПК и регулирует потоки сельскохозяйственной продукции, направляемой на потребление и промышленную переработку, то сфера деятельности маркетинга средств производства шире и охватывает взаимоотношения ресурсопроизводящих отраслей (I сфера АПК) со II и III сферами комплекса по линии реализации предприятиями-изготовителями и фирмами-посредниками новой техники, оборудования, удобрений, запасных частей и материалов сельскохозяйственным товаропроизводителям.

Маркетинг материально-технических ресурсов в АПК имеет свои особенности и в связи с этим должен быть выделен из общего понятия «аграрного маркетинга», включающего, прежде всего, маркетинг сельскохозяйственной продукции как основного вида продукции сельского хозяйства (рисунок 93).

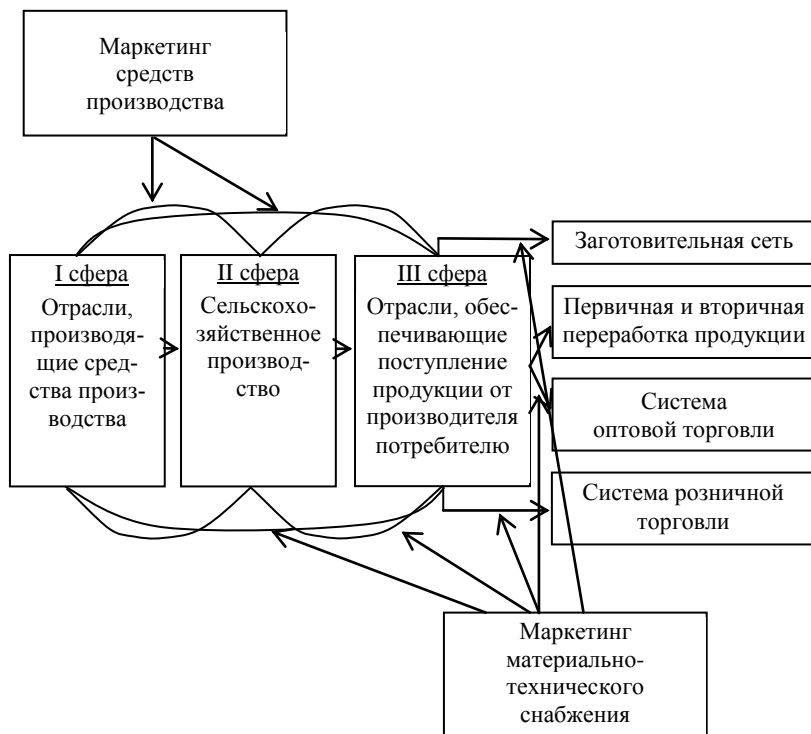
Центральным направлением маркетинговой деятельности в АПК должно быть исследование рынка материально-технических ресурсов (емкость рынка, структура спроса, сегментация потребителей, информирование потребителей), чему в настоящее время уделяется недостаточно внимания.

Можно выделить ряд факторов, обуславливающих необходимость скорейшего внедрения маркетинговых принципов в деятельность снабженческих подразделений аграрных предприятий:

- экономический рост: рост производительности труда; снижение издержек производства и обеспечение возможности для увеличения средней заработной платы;
- текущие растущие тренды: развитие спроса на сельскохозяйственную продукцию;
- экологический фактор: сохранение и воспроизводство природных ресурсов;
- уровень социально-экономического развития: ускорение темпов роста ВВП, повышение благосостояния, обеспечение устойчивого использования природных ресурсов.

Именно структуры материально-технического снабжения являются связующим звеном в продовольственной цепочке АПК. Решение должно исходить как от менеджеров сельскохозяйственных предприятий, так и

от государственных структур. Так как вследствие низкого уровня межотраслевой конкурентоспособности белорусские производители в сельском хозяйстве не имеют достаточных финансовых ресурсов для нормального воспроизводства важнейших элементов материально-технического потенциала, проблема финансирования главным образом должна решаться на уровне государства.



**Рисунок 93 – Трансформация маркетинга сельскохозяйственной продукции в маркетинг материально-технического снабжения (источник: авторский)**

Оптимизируя снабженческую деятельность, можно заметно улучшить финансовые показатели бизнеса: при снижении этих затрат на 10 % вполне реально увеличить прибыльность предприятия на 10–20 %.

Значительное повышение эффективности использования финансовых, материальных и трудовых ресурсов в системе материально-технического снабжения АПК может быть достигнуто за счет повышения степени централизации управления процессом материально-технической комплектации всех предприятий АПК. Организационно-техническое обеспечение решения этой задачи возможно путем созда-

ния специализированной структуры на базе агропромышленного предприятия по материально-технической комплектации (филиалов МТК).

На филиал МТК могут быть возложены следующие функции: организация снабжения материально-техническими ресурсами производственных структур, исходя из потребностей в них, определяемых проектами и сметами с учетом графиков производства; учет, контроль и анализ использования материально-технических ресурсов; повышение эффективности системы производственно-технологической комплектации на основе достижения научно-технического прогресса и передового опыта.

Формирование системы централизованных складов позволит сместить неэффективно установленные приоритеты и формировать запасы, учитывая интересы не отдельных предприятий, а всех предприятий АПК.

Поскольку система материально-технического снабжения является сложной относительно имеющихся методов и средств управления, это позволяет применить для ее совершенствования метод системного анализа – создание оптимизационного плана целей. В предлагаемом варианте оптимизационного плана целей обеспечения предприятий аграрного бизнеса сырьем используется общая схема структуризации сложной цели с применением оригинального состава оснований для декомпозиции, разработанных применительно к деятельности реальной структуры управления организацией.

По мнению специалистов, наиболее существенными с точки зрения достижения глобальной цели являются цели, представленные на третьем уровне декомпозиции. Трех уровней декомпозиции оказалось достаточно для выявления целей, не реализуемых предприятиями агробизнеса и реализуемых неудовлетворительно (таблица 25).

Таблица 25 – Проблемы целевой ориентации предприятий агробизнеса (источник: по материалам [2])

<b>Цели, не реализуемые предприятиями</b>	<b>Цели, реализуемые неудовлетворительно</b>
1. Проведение анализа полноты, темпов и качества поставок	1. Заключение договоров с потребителями с учетом замены ассортимента товаров
2. Обеспечение прогнозирования полноты и темпов поставок всеми поставщиками по каждому виду МР	2. Обеспечение возмещения ущерба за счет поставщика
3. Прогнозирование ситуации с обеспечением производства МР на основе систем бюджетирования	3. Определение оптимальных запасов по ассортименту и объему в целях обеспечения ритмичности агробизнеса
4. Обеспечение профилактической работы с поставщиками на основе данных прогноза	4. Обеспечение оптимальной загрузки оборудования, исходя из реального запаса МР
5. Разработка вариантов замены ассортимента продукции, исходя из прогноза поставок МР	5. Изменение технологических параметров работы аграрных предприятий с учетом реальной ситуации по обеспечению МР

Перечень нереализуемых целей показывает, что традиционно предприятия агробизнеса не осуществляют деятельности по анализу ритмичности и полноты поставок как по поставщикам, так и по видам материальных ресурсов (МР). Отсутствие этих видов деятельности не позволяет своевременно реагировать на изменение ситуации с поставками ресурсов и предупреждать появление неблагоприятных тенденций. Данные таблицы 25 позволяют отметить отсутствие реализации маркетингового подхода к предупреждению и снижению ущерба от неритмичности и неполноты поставок сырья, когда проблема должна решаться не только на уровне отдела материально-технического снабжения, но при ее разрешении необходимо участие всего предприятия.

На основе нереализуемых и реализуемых неудовлетворительно целей могут быть определены задачи первой очереди. При выборе задач первой очереди необходимо учитывать их значимость с точки зрения достижения важнейшей цели – обеспечения снижения ущерба организации от несвоевременности, неритмичности и неполноты поставок сырья. Данная цель определяется на основе обобщенного мнения ведущих специалистов исследуемой отрасли.

### **Заключение**

Предлагаемый вариант оптимизационного плана целей совершенствования деятельности предприятий аграрного бизнеса при нарушении полноты и ритмичности поставок может рассматриваться как нормативный проект полного состава задач по обеспечению организации материальными ресурсами, раскрывает содержание деятельности организации, обуславливающее маркетинговую направленность системы материально-технического снабжения.

*19.09.2014*

### **Литература**

1. Gale Johnson, D. World Agriculture in Disarray / D. Gale Johnson. – London: Macmillan Press Ltd, 1991. – 124 p.
2. Алексеева, А.И. Применение «дерева целей» для совершенствования материально-технического снабжения организации / А.И. Алексеева // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2007. – № 2. – Т. 5, ч. 3. – С. 12–15.
3. Макконнелл, К.Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю. – Бишкек: Туран, 1996. – Т. 1 и 2. – 245 с.
4. Панов, А. Моделирование процесса закупки товаров производственного назначения / А. Панов, И. Муромкина // Маркетинг. – 2005. – № 3 (82). – С. 117–120.