

УДК 334.012.42

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.

Климова Ю.Е., Синица Ю.А., Коновалов В.В.

**УО «Могилевский государственный университет продовольствия»
Могилев, Беларусь**

Одним из важнейших элементов механизма управления экономическими отношениями является коммерческая деятельность предприятий пищевой промышленности. В условиях становления рыночных отношений главной целью коммерческой деятельности предприятий пищевой промышленности является получение максимальной прибыли посредством удовлетворения покупательского спроса при высоком уровне организации торгового обслуживания. Одним из ведущих предприятий на рынке пищевых товаров является концерн «Белгоспицепром» (образован в 2000 году) и состоит из шести заводов: РУП «Минск-Кристалл», РУП «Климовичский ликероводочный завод», РУП «Брестский ЛВЗ», РУП «Витебский ЛВЗ», РУП «Гродненский ЛВЗ» и РУП «Гомельский ЛВЗ». Их производственная мощность равна 11 млн. декалитров (дал), или 60,7% от всех имеющихся в республике мощностей. В 2002 году произошло снижение загрузки производственных мощностей, а также уменьшение объема продаж водки и ликероводочных изделий. Финансовое состояние данных предприятий на современном этапе остается критическим.

Основными причинами являются:

1.) опережающий рост ставок акцизов по сравнению с ростом розничных цен (необходимо здесь отметить, что доля акцизов в цене водки составляет примерно 60%), что приводит к снижению уровня рентабельности. Средняя рентабельность по предприятиям отрасли за 2002 год составила 12% и снизилась по сравнению с 2001 годом на 2,5%.

2.) Высокая задолженность торговли перед концерном за отгруженную продукцию, что повлекло за собой увеличение долгов предприятий, в том числе по платежам в бюджет.

3.) Уменьшение уровня рентабельности спиртовой продукции вызвано получением валютных кредитов предприятиями под заготовку по госзаказу зерна урожая 2000 года (предприятия работают в основном на погашение процентов по данным кредитам), а также установлением твердой цены на спирт с апреля 2002 года (при этом идет рост цен на электроэнергию, сырье, материалы).

Более детально проанализируем деятельность РУП “Климовичский ликероводочный завод”. Это одно из крупнейших предприятий концерна (по объему выпускаемой продукции уступает РУП “Минск-Кристалл”), выпускающее спирт-сырец и спирт-ректификат, водку и водочные изделия, настойки, бальзамы, напитки плодовые и виноградные, вина плодовые и виноградные. В его состав входят Михалинский, Забелышинский, Костюковичский и Бельниковичский цехи спиртовых производственных участков. Анализ данных показывает, что среднегодовые мощности предприятия за период 2001 – 2002 гг. в основном использовались примерно на 60-70%.

Маркетинг - сбытовая деятельность на предприятии осуществляется отделом маркетинга и продаж, зам. директора по маркетингу и зам. директора по ВЭС, в чьи обязанности входит: поиск новых рынков сбыта продукции предприятия, маркетинговые исследования с целью изучения потребностей населения, разработка новых видов продукции для более полного удовлетворения запросов потребителей, работа над расширением ассортимента. Для увеличения объема реализации продукции, выпускаемой РУП “Климовичский ликероводочный завод” в ряде городов открыты фирменные магазины, торгующие продукцией предприятия без торговой наценки. С момента создания службы маркетинга (1996 год) происходит расширение рынков сбыта за счет нетрадиционных для завода регионов, таких как Гродненская, Брестская и Витебская область, г. Минск.

С изменением порядка распределения акцизного налога от реализации алкогольных изделий появились искусственные ограничения продвижения алкогольной продукции между областями республики. Однако в условиях данных ограничений и запретов на предприятии создается дилерская сеть, что позволило реализовать за 2001 год 236 тыс. дал. неосвоенной торговой (отказной) ликероводочной продукции.

Основными путями повышения эффективности коммерческой деятельности РУП “Климовичский ликероводочный завод” являются:

1. Организация структуры выпускаемой номенклатуры за счет увеличения производства высоколиквидной и конкурентоспособной продукции.
2. Техническое перевооружение основного производства.
3. Совершенствование технологического уровня производства водки, повышение ее потребительских свойств.
4. Обеспечение сырьевой базы для развития плодового виноделия.
5. Развитие экспорта, маркетинговой деятельности, рекламы.

Сложности переходного периода экономики республики требуют совершенствования организации коммерческой деятельности на качественно новом профессиональном уровне на основе использования мирового опыта, умения сопоставить потребности продовольственного рынка с результатами собственной работы и достигнуть при этом коммерческого успеха.