

Елена СИДОРОВА

*Белорусский национальный технический университет,
Минск, Республика Беларусь
e-mail: sidorova_lena_75@mail.ru*

Примеры успешной работы отечественных предприятий на продовольственном рынке

Elena SIDOROVA

*Belarusian National Technical University,
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: sidorova_lena_75@mail.ru*

Examples of successful work of domestic enterprises in the food market

Введение

ОАО «Солигорская птицефабрика» – сельскохозяйственное предприятие промышленного типа, расположенное в аг. Красnodворцы Солигорского района. На белорусском рынке оно является одним из лидеров по производству яиц. Ежедневно птицефабрика выпускает 961 тыс. куриных и порядка 280 тыс. перепелиных яиц. Визитной карточкой предприятия стали яйца под торговой маркой «Молодецкие».

«Савушкин продукт» – бренд молочных продуктов, принадлежащий белорусской компании ОАО «Савушкин продукт» (Брестский молочный комбинат). Ассортимент продукции широк: молоко, творог, сыр, кефир, ряженка, сметана, йогурт и другие молочные продукты, а также соки и нектары.

Основная часть

Предприятие ОАО «Солигорская птицефабрика» одним из первых в республике начало модернизацию своего производства. В организации аккредитована и работает собственная лаборатория, осуществляющая производственный контроль качества и безопасности производимых продуктов. Это способствует поддержанию высокого профессионального уровня работы коллектива и эффективности предприятия в целом.

На ОАО «Солигорская птицефабрика» внедрены и успешно сертифицированы система менеджмента качества ISO 9001 и система менеджмента безопасности

© Сидорова Е., 2022

пищевых продуктов на основе анализа рисков и критических контрольных точек (Hazard Analysis and Critical Control Points, HACCP). Наличие данных сертификатов говорит о том, что предприятие гарантирует своим потребителям высококачественную и безопасную продукцию. Ее ассортимент очень разнообразен: яйца куриные (диетические и столовые, белые и цветные); яйца куриные мытые и дезинфицированные (для системы общественного питания); яйца перепелиные; яйца копченые и маринованные (куриные и перепелиные) – один из самых главных деликатесов фабрики; мясо кур-несушек.

Основная деятельность ОАО «Солигорская птицефабрика» – это производство продукции птицеводства с правом оптовой и розничной торговли. Предприятие самостоятельно организует свою деятельность, исходя из необходимости выпуска продукции (выполнения работ, оказания услуг), и определяет перспективы развития. Фабрика обязана выполнять государственные задания по объемам производства, поставке товаров для государственных нужд.

Свою продукцию предприятие поставляет на внутренний рынок и за рубеж, в большей степени в Россию. ОАО «Солигорская птицефабрика» получило российский сертификат компетентной организации при Духовном управлении мусульман, что позволило наладить экспортное сотрудничество со странами мусульманского мира и отправить первую партию копченых яиц в ОАЭ, а сырых куриных яиц – на Коморские острова. Удельный вес экспорта в выручке от реализации продукции составляет около 25 %.

Предприятие постоянно разрабатывает новые виды продукции. В 2020 г. оно начало выпускать куриные яйца со скорлупой зеленого, голубого, розового и шоколадного цветов. И это исключительно натуральный продукт.

На 27-й международной специализированной выставке продуктов питания, напитков и сырья для их производства «ПродЭкспо-2020», которая проходила в 2020 г. в Москве, яйца куриные «Лайт» с пониженным содержанием холестерина были удостоены награды «Золотая звезда» в номинации «Лучший инновационный продукт».

ОАО «Солигорская птицефабрика» на крупнейшей продовольственной выставке Gulfood-2021 в Дубае вышло в финал конкурса Gulfood Innovation Awards-2021 в категории «Самый инновационный продукт из мяса птицы».

В организации трудится 454 человека. Из года в год предприятие стабильно наращивает объемы производства продукции и темпы развития. В 2020 г. показатели по сравнению с 2000 г. выросли в 5 раз, а с начала основания (1971 г.) – в 87 раз.

На сегодняшний день ОАО «Солигорская птицефабрика» в структуре выручки от реализации основную массу занимают яйца (80 %). По итогам работы в 2020 г. предприятие входит в число крупнейших птицефабрик республики и занимает почетное 2-е место по производству яиц – 443 млн шт.

ОАО «Солигорская птицефабрика» стало первым среди птицеводческих хозяйств республики, которое освоило выпуск продукта функционального назначения.

Яйца «Молодецкие» куриные и перепелиные обогащены природным селеном и витамином Е посредством специально сбалансированного кормления птицы.

Благодаря внедрению новых видов яйцепереработки, аналогов которых не было в республике, стал возможен выпуск эксклюзивных видов продукции. Сегодня предприятие может предложить, например, яйца куриные и перепелиные, копченые и маринованные, яичные колбаски.

В 2019 г. в результате специально разработанного рациона кормления кур был создан уникальный продукт – яйца куриные «Лайт» с пониженным содержанием холестерина.

В 2020 г. появился новый продукт – яйца куриные «Фермерские», которые содержат много витаминов и минералов. Они богаты β-каротином, поэтому желток у них всегда яркий и обладает антиоксидантными свойствами. Скорлупа у таких яиц голубая, розовая, шоколадная и т. д. Птицефабрика закупает в Чехии необычных кур, которые несут такие разноцветные яйца.

Предприятие выпустило и халяльные яйца, которые отличаются от обычных тем, что при их производстве не использовались ингредиенты животного происхождения. Иными словами, курам-несушкам давали исключительно растительный корм.

Для белорусов «халяль» – это синоним правильного питания. Действительно, халяльные яйца имеют более яркий желток, они менее калорийные.

Предприятие постоянно использует современные технологии и достижения отечественных и зарубежных производителей, осваивает новые виды продукции и мировые разработки.

ОАО «Солигорская птицефабрика» в продвижении своей продукции применяет разнообразные способы рекламы: размещает имиджевые статьи в СМИ, рассказывает про новинки производства, поддерживает деловые отношения с постоянными партнерами.

Технологический уровень фабрики соответствует современным условиям для производства новых инновационных продуктов.

Продукция ОАО «Солигорская птицефабрика» рассчитана на массового покупателя: оно обращается сразу ко всему рынку с одним и тем же товаром.

Сегодня на потребительском рынке ассортимент яичной продукции может быть расширен только за счет новых брендов, упаковки и дополнительных полезных свойств.

Особого внимания покупателей заслуживает качество продукции.

Размер яиц имеет значение для определения его качества, а цвет особой ценности не имеет. При покупке мясных изделий из птицы важны такие характеристики, как цвет и запах, а также упаковка.

При этом немаловажно присутствие на прилавках большого количества охлажденного мяса, в котором лучше сохраняются витамины, микроэлементы и прочие полезные вещества.

Сильными сторонами птицефабрики являются высокий профессиональный уровень руководства, умело подобранная команда специалистов, сравнительно высокий уровень заработной платы, технической оснащенности и организации производства, строжайший режим экономии, работа с более продуктивными кроссами птицы.

Вместе с тем существуют определенные трудности в деятельности предприятия:

постоянный поиск сырья для производства комбикормов, в том числе за пределами республики;

недостаточность дешевых отечественных препаратов, пластиковой мелкоштучной упаковки для яиц, картонной тары;

снижение покупательского спроса на яйца в летний период, колебание отпускной цены и объема выручки;

перепроизводство куриных яиц в Республике Беларусь, которое влечет ужесточение ценовой конкуренции между производителями на внутреннем рынке. В результате возникают трудности с удержанием цен, выгодных для предприятия, снижается эффективность работы птицефабрики;

изменение объемов производства в связи с цикличностью технологического графика движения поголовья птицы.

Цели деятельности организации – насыщение рынков сбыта качественной продукцией как внутри республики, так и за ее пределами, переход на новые виды продукции для удовлетворения социальных и экономических интересов потребителей.

Не менее значимым предприятием, перерабатывающим сельскохозяйственное сырье, является *ОАО «Савушкин продукт»*. В сырьевую зону компании входят 160 хозяйств, многие из них расположены вблизи Национального парка «Беловежская пуца», что говорит об экологической чистоте сырья. Сразу после дойки молоко охлаждается, а это не дает патогенной микрофлоре ни единого шанса для развития. Отсюда и высокое качество сырья: 95 % поступающего молока соответствует категории «экстра». Первый тест на качество оно проходит в хозяйствах сырьевой зоны. Успешно прошедшее проверку сырье направляют в цистерны фирменных молоковозов-рефрижераторов, которые тут же опломбируют. Все машины оснащены навигаторами, которые позволяют контролировать местонахождение транспортного средства.

Только после того как сотрудники лаборатории входного контроля компании удостоверились в целостности пломбы на цистерне молоковоза, доставившего молоко, осуществляется отбор проб и проводится строгий контроль на соответствие сырья 50 качественным параметрам. Современное лабораторное оборудование, применяемое на всех производственных площадках, позволяет точно и оперативно исследовать сырье. Только на 100 % безопасное и чистое молоко поступает на переработку.

«Савушкин продукт» является на 90 % заводом-автоматом. Отсутствие контакта молока с внешней средой и человеком в технологическом процессе позво-

ляет гарантировать максимальную безопасность молочных продуктов и обеспечивать высокое качество готовой продукции.

Производство в компании «Савушкин продукт» безотходное. Предприятие полностью перерабатывает побочные продукты производства (сырную и молочную сыворотку, пахту), превращая их в конкурентный и востребованный на рынке товар.

Партии готовых продуктов, получив сертификат качества, после очередного лабораторного контроля поступают в универсальный логистический центр. Рабочий процесс здесь полностью автоматизирован: продукция загружается в автомобили-рефрижераторы и доставляется в торговые филиалы и сети супермаркетов при температуре от +2 до +6 °С.

ОАО «Савушкин продукт» продолжает оставаться лидером по продажам в Республике Беларусь. Важным показателем деятельности предприятия является качество продукции. Его повышение – одна из форм конкурентной борьбы, завоевания и удержания позиций на рынке.

Компания обеспечивает конкурентные преимущества за счет высокого качества сырья, отсутствия контакта с человеком в процессе производства. Нельзя также не упомянуть о широком ассортименте продукции, который позволяет потребителям выбрать себе что-то по вкусу и полезным свойствам. Компания получила все необходимые сертификаты и лицензии для осуществления основных видов деятельности.

При выборе товаров потребители ориентируются в первую очередь на марку. На рынке присутствует много узнаваемой продукции зарубежных производителей и предприятий из других регионов. В этих условиях репутация фирмы и известность ее брендов – одни из ключевых компонентов конкурентоспособности, таких как обратная вертикальная интеграция с производителями сырого молока, прямая вертикальная интеграция производителя и посредников, грамотная рекламная политика.

Ввиду высокой конкуренции на рынке молочной продукции разработка и реализация эффективной программы продвижения являются неотъемлемыми и очень важными элементами деятельности ОАО «Савушкин продукт», необходимым залогом увеличения объемов продаж и повышения конкурентоспособности продукции, условием завоевания и поддержания известности и престижа.

Продукцию ОАО «Савушкин продукт» можно приобрести практически в любой торговой точке Республики Беларусь (около 9400 объектов). Она присутствует на полках магазинов России (от Смоленска до Анадыря). Идет отгрузка в Казахстан, Армению, Азербайджан, Украину, Узбекистан, ОАЭ, Иорданию и другие страны ближнего и дальнего зарубежья.

ОАО «Савушкин продукт» проводит рекламную, ярмарочную и выставочную деятельность.

Организация использует разнообразные средства рекламы, включающие выпуск рекламной полиграфической и сувенирной продукции, рекламу на радио

и телевидении, в интернете и на транспорте. Это позволяет компании реализовать такие цели, как:

оказание предприятиям, организациям, арендаторам, лицам, занимающимся индивидуальной трудовой деятельностью, выставочно-информационных услуг;

развертывание рекламной деятельности;

информирование потенциальных потребителей о новой продукции, сферах ее применения и возможностях приобретения;

обмен коммерческой информацией с другими регионами, что способствует рационализации хозяйственных связей;

освещение достижений и перспектив развития в области науки и техники, освоения и внедрения новой технологии, прогрессивных технологических процессов и т. д.

Маркетинговая работа на выставках связана с изучением конъюнктуры рынка и коммерческих связей, организацией рекламы, оказанием услуг, подбором экспонатов, поиском зарубежных фирм, способных стать партнерами.

Заключение

В целом ОАО «Солигорская птицефабрика» и ОАО «Савушкин продукт» отличаются популярностью в Беларуси и за ее пределами благодаря высокому качеству продукции, приемлемой цене, а также регулярному обновлению ассортимента. Предприятия постоянно отслеживают мировые тенденции в производстве продуктов питания, совершенствуют технологии и используют современное оборудование, соблюдают интересы клиентов, контролируют качество изготавливаемой продукции. Все это, несомненно, способствует ее достойному представлению на продовольственных рынках Республики Беларусь и зарубежья.

Сведения об авторе

Сидорова Елена Ивановна – доцент кафедры экономики, организации строительства и управления недвижимостью, кандидат экономических наук, доцент

Information about the author

Sidorova Elena Ivanovna – Associate Professor of the Department of the Economics, Construction Organization and Property Management, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor