

УДК 656:339.654:334.7

## Использование логистики для повышения эффективности деятельности организации

Бекиш Е.И.<sup>1</sup>, Мантур Е.Е.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Международный университет «МИТСО»

<sup>2</sup>Учреждение образования «Белорусский государственный  
аграрный технический университет»

*В связи со сложной политической ситуацией и с введением торгово-экономических санкций в Республике Беларусь большое внимание уделяется развитию логистического потенциала. Для снижения последствий давления санкционных ограничений логистическая деятельность компании должна соответствовать изменившимся требованиям рынка, что позволит повысить ее эффективность. В целях расширения географии экспорта белорусских товаров разрабатываются новые логистические цепочки по доставке продукции.*

*Цель статьи – проведение оценки и анализа логистической деятельности в повышении эффективности организации.*

***Материал и методы.** Информацией для проведения исследований и анализа были использованы бухгалтерская и статистическая отчетность, показатели производственно-хозяйственной деятельности ОАО «Витебская бройлерная птицефабрика» и его эффективности, электронные информационные ресурсы и наблюдения авторов.*

*При изучении были применены экономические и статистические методы анализа и оценки данных.*

***Результаты и их обсуждение.** При проведении исследований определены используемые каналы распределения продукции в логистической системе. Фирменная торговая сеть повышает имидж и конкурентоспособность компании. Основной объем продаж товара осуществляется через оптовых партнеров. Доля птицефабрики на внутреннем рынке страны продукции из мяса птицы составляет 19,4%. Расширение географии экспорта продуктов под брендом «Ганна» привело к его росту. На основании проведенного анализа установлено, что компания постоянно получает прибыль от реализации производимой продукции.*

***Заключение.** Установлено, что логистическая деятельность обеспечивает повышение эффективности функционирования организации, что подтверждает положительная динамика экспорта производимой продукции и рост показателей прибыли от реализации продукции за исследуемый период.*

***Ключевые слова:** логистика, конкуренция, канал распределения, прибыль, продукция, рынок, экспорт.*

## Using Logistics to Improve the Company Efficiency

Bekish E.I.<sup>1</sup>, Mantur E.E.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>International University of "MITSO"

<sup>2</sup>Education Establishment "Belarusian State Agrarian Technical University"

*Due to the difficult political situation and the introduction of trade and economic sanctions in the Republic of Belarus, much attention is paid to the development of logistics potential. To reduce the effects of the pressure of sanction restrictions, the company's logistics activities must meet the changed market requirements, which will increase its efficiency. In order to expand the geography of exports of Belarusian goods, new logistics chains for the delivery of products are developed.*

*The purpose is to conduct an assessment and analysis of logistics activities on improving the company efficiency.*

**Material and methods.** *As the information for research and analysis accounting and statistical re-reporting, indicators of production and economic activities of JSC "Vitebsk Broiler Poultry Farm" and its effectiveness, electronic information resources and observations of the authors were used.*

*Economic and statistical methods of data analysis and evaluation were used in the research.*

**Findings and their discussion.** *When conducting the research, the used channels for the distribution of products in the logistic system were determined. The brand trading network increases the image and competitiveness of the company. The bulk of sales of goods are carried out through wholesale partners. The share of the poultry company in the domestic market of poultry products is 19.4%. The expansion of the geography of exports of products under the brand "Ganna" led to its growth. Based on the analysis, it was established that the company constantly receives profit from the sale of products.*

**Conclusion.** *It has been determined that logistics activities provide an increase in the efficiency of the company's functioning, which is confirmed by the positive dynamics of exports of manufactured products and the growth of profit indicators from the sale of products for the study period.*

**Key words:** *logistics, competition, distribution channel, profit, products, market, export.*

В экономике Беларуси большое значение в последние два десятилетия особенно активное и динамичное развитие получила логистика, создавая новые подходы в продвижении товаров и международных цепях поставок, используя при этом цифровизацию логистических систем [1].

Применение организациями логистики и других средств для укрепления своих позиций на рынке является убедительным свидетельством появления конкурентных оснований в нашей экономике. С этой целью разработана и утверждена Концепция развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2030 г. (Постановление Совета Министров № 1024 от 28.12.2017). Основная задача концепции заключается в повышении индекса эффективности логистики до уровня не ниже 50 в проводимом мировом рейтинге [2].

На современном этапе экономического развития к главным целям эффективности логистики относятся повышение конкурентоспособности фирмы, рост ее доходов, прибыли, рентабельности, оборота, реализации [3].

В связи с общей политической ситуацией и по причине введения торгово-экономических санкций происходит быстрое изменение условий внешней среды и усложнение рыночной деятельности предприятий. Поэтому существует необходимость постоянно контролировать и оценивать эффективность бизнес-процессов, в том числе и логистики.

На сегодняшний день в условиях введения санкционных ограничений со стороны ЕС и США труд-

но переоценить значение оценки использования логистики в современных создавшихся сложных условиях деятельности организаций страны. В функционировании логистической системы предприятий важнейшее значение приобретает деятельность по управлению движением материальными потоками. От оптимизации управления материальными потоками во многом зависит повышение экономической эффективности деятельности организации.

С этой целью проведена оценка и анализ функционирования логистики ОАО «Витебская бройлерная птицефабрика» в повышении ее эффективности.

Цель статьи – проведение оценки и анализа логистической деятельности в повышении эффективности организации.

**Материал и методы.** Информационной базой для исследований была использована бухгалтерская и статистическая отчетность, показатели производственно-хозяйственной деятельности предприятия и его эффективности, электронные информационные ресурсы и наблюдения авторов.

В процессе исследований применены экономические и статистические методы анализа и оценки данных.

**Результаты и их обсуждение.** В настоящее время ОАО «Витебская бройлерная птицефабрика» является крупнейшей в Витебской области компанией холдингового типа по выпуску мяса птицы на промышленной основе с общим замкнутым производственным циклом [4].

Таблица – Динамика реализации продукции ОАО «Витебская бройлерная птицефабрика» в натуральном выражении на внутреннем рынке

Внутренний рынок сбыта	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Темп роста, %	
				2020 г. к 2019 г.	2021 г. к 2020 г.
Мясо птицы, тыс. тон	52835	57537	64441	108,9	112,0
Яйцо, тыс. шт.	1655	1738	1912	105,0	110,0

Сегодня предприятие успешно работает и достигает эффективных результатов по следующим направлениям: производство мяса и мясных изделий, комбикормовое производство, растениеводство, молочно-мясное животноводство, оптовая торговля, фирменная торговля и общественное питание.

Значение логистической деятельности в функционировании открытого акционерного общества очень велико. Логистика здесь используется в качестве фактора стабильного повышения конкурентоспособности организации. Основная цель функционирования логистики птицефабрики заключается в обеспечении высокого качества обслуживания покупателей при оперативном реагировании на возникновение новых или изменение уже существующих условий рынка.

Основная задача логистической деятельности в компании состоит в получении наибольшей финансовой прибыли, которая будет в дальнейшем применена для расширения производства и повышения эффективности финансово-хозяйственных результатов.

В организации построена собственная логистическая система. Ее использование целесообразно при постоянном развитии и совершенствовании, так как этого требуют большие объемы производства и реализации выпускаемой продукции, а также высокая и устойчивая конкуренция со стороны других производителей. Вся логистическая система в этой компании включает закупочную, производственную, транспортную, информационную, финансовую и распределительную логистику.

В настоящее время предприятие является высококонкурентным на отечественном рынке. Это обеспечивается благодаря наличию оптимальных каналов товародвижения, которые контролируются логистическим подходом управления организацией [5].

Логистическая деятельность контролирует все операции по обеспечению движения материальных потоков. Выбор путей продвижения и каналов доставки товаров и услуг определяется важнейшей задачей предприятия. Пути распре-

деления влияют на весь комплекс логистики. В настоящее время открытым акционерным обществом задействованы следующие каналы распределения продукции в логистической системе:

- фирменная торговля – 80 фирменных магазинов и торговых павильонов;
- розничная торговля – предприятия розничной торговли г. Витебска, Витебской области и других областей;
- оптовая торговля – оптовые базы и предприятия товаропроводящей сети за рубежом.

Весь ассортимент продукции представлен, прежде всего, в фирменной сети птицефабрики. Реализация мясных продуктов через фирменную торговую сеть составляет более 10%. В этой сети для доставки и реализации товаров используются не только магазины, торговые павильоны и киоски, но и автомагазины, торговые места на рынке, крупные объекты общественного питания. С помощью своей фирменной торговой сети, расширяя формат «магазин у дома», предприятие постоянно поднимает и укрепляет свой уровень имиджа, конкурирует с крупными сетями по всей Беларуси.

Необходимо отметить, что основной объем продаж товара производится преимущественно через оптовых партнеров, расположенных как по всей территории Республики Беларусь, так и в странах СНГ.

Динамика реализации продукции открытого акционерного общества в натуральном выражении на внутреннем рынке страны за 2019–2021 годы представлена в таблице.

Как видно из данных таблицы, наблюдается постоянное ежегодное увеличение объема продаж продукции птицефабрики в натуральном выражении на внутреннем рынке. В частности, реализация мяса птицы в 2020 году по сравнению с 2019 годом увеличилась на 8,9%. Она составила 57537 тыс. тон. В 2021 году по сравнению с базовым годом ее рост реализации вырос на 12,0%. Также увеличился объем продаж яйца на внутреннем рынке: в 2020 году по сравнению с прошедшим годом на 5,0%; а в 2021 году по сравнению с предыдущим годом – на 10,0%.

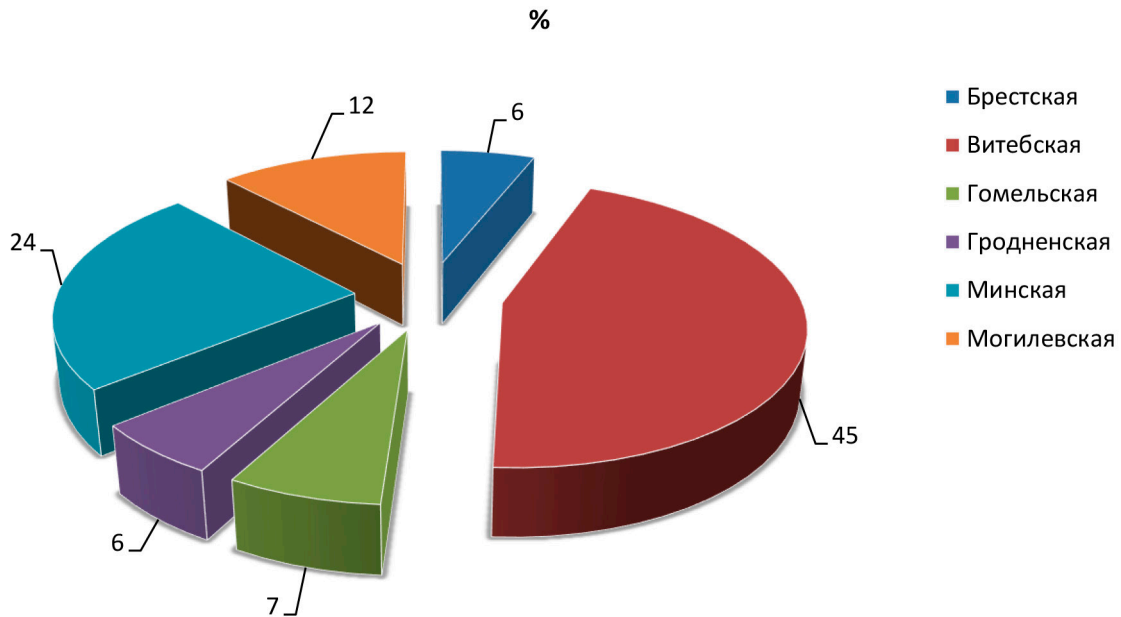


Рисунок 1 – Структура реализации продукции компании по областям Республики Беларусь

В целом по Республике Беларусь при наличии других предприятий-конкурентов доля компании на рынке продуктов из мяса птицы составляет 19,4%.

Для проведения анализа рассмотрим структуру реализации продукции на внутреннем рынке страны по областям (рисунок 1).

Доля регионов на внутреннем рынке Республики Беларусь в общем объеме реализации продукции предприятия по областям составляет: Витебская – 45%, Минская – 24%, Могилевская – 12%, Гомельская – 7%, Брестская – 6%, Гродненская – 6%. Таким образом, основная доля реализации продукции на внутреннем рынке приходится на Витебскую область. При этом успешно идет товародвижение и по другим областям страны при наличии у них своих производителей.

Одним из важнейших критериев развития, не без основания, является рост экспорта. Поэтому предприятие постоянно стремится расширять экспорт готовой продукции. Для выхода на новые мировые рынки, где существует спрос на продукты высокого качества, проводит мониторинг и обеспечивает каналы продвижения своих товаров логистика внешней торговли компании. В итоге происходит постоянное повышение экспорта продукции торговой марки «Ганна». О чем наглядно демонстрируют представленные данные на рисунке 2.

Так, на рисунке видно, что представленная динамика продвижения товаров компании на экспорт за 2019–2021 годы имеет положитель-

ную тенденцию повышения. Если в 2019 году реализовано продукции на экспорт на 15,07 млн долларов, то в 2020 году происходит повышение продаж на зарубежных рынках. При этом экспорт продуктов под брендом «Ганна» составил 15,6 млн долларов. В результате организация по итогам 2020 года стало дипломантом республиканского конкурса «Лучший экспортер» [6].

Победа в конкурсе «Лучший экспортер года» подтверждает высокие достижения компании, которые формируют ее имидж в Беларуси и за рубежом, создавая основу для стабильного и эффективного развития.

Несмотря на сложную ситуацию, сложившуюся из-за эпидемии и кризиса, в прошедшем 2021 году экспорт продукции марки «Ганна» не снизился, а вырос и составил 19,8 млн долларов, что выше на 26,9% к уровню 2020 года. В 2021 году больше всего продукции было поставлено в Россию и Китай. Также осуществлялась торговля с такими странами, как Украина, Азербайджан, Армения, Узбекистан, Грузия, Таджикистан и Казахстан. В целом доля экспорта в общем объеме продаж продукции собственного производства из мяса птицы составила около 20%.

Чтобы соответствовать требованиям рынка, специалистами уделяется большое внимание качеству и безопасности выпускаемой продукции.

Для реализации экспортного потенциала предприятием выполняются все требования органов Государственного надзора за соблюдением требо-

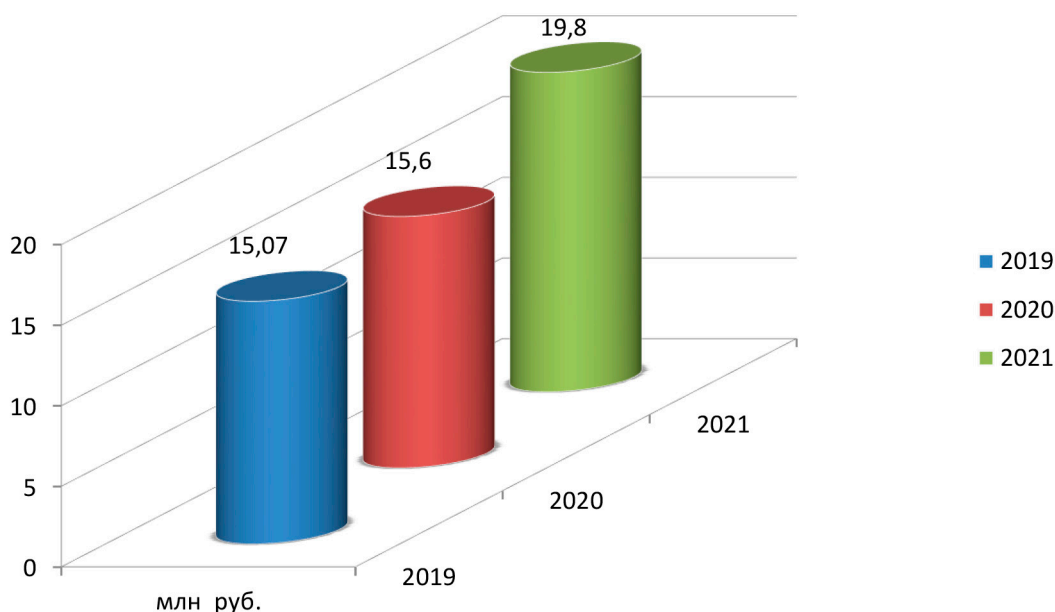


Рисунок 2 – Динамика показателей экспорта компании за 2019–2021 годы

ваний ТНПА и НПА при производстве продукции, ветеринарного и санитарного надзора. Высокое качество продуктов торговой марки «Ганна» подтверждено получением 04.05.2021 года сертификата № ХП.ВУ 0.41/2021 до 03.05.2022 года на право маркировки знаком «Халяль» на 20 наименований ассортимента, которые соответствуют требованиям стандарта «Халяль» № ХП.ВУ. 02.2013 [7].

В результате продукция успешно реализуется не только в Российскую Федерацию и постсоветские страны, но и Китай, а в перспективе планируется освоить рынки Египта, Объединенных Арабских Эмиратов и Саудовской Аравии.

Для экспортера самое важное – расширение географии поставок своей продукции. Для увеличения объема продаж организация открыла свои официальные представительства в Российской Федерации, в Азербайджанской Республике и в Казахстане.

Не одинаково востребована и ценится продукция различных категорий в разных странах. На каждый рынок необходимо предлагать то, что на нем востребовано потребителем. Для этого специалисты изучают их культуру потребления. Например, в Японии высоко ценится филе птицы, а на китайском рынке востребована ее разделка. В первую очередь китайские партнеры предпочтение отдают локтевой части крыла, а также плечевой части, голени и бедру. При чем, для них большим деликатесом являются куриные лапки с фалангами. Китайцы ценят продукцию компа-

нии, покупают ее и оплачивают на много дороже, чем у нас в стране. При таком подходе прибыль предприятию будет обеспечена.

Динамику показателей прибыли от реализации продукции за последние три года рассмотрим на рисунке 3.

Из представленной информации, следует, что компания постоянно работает с прибылью. Необходимо отметить, что в 2020 году наблюдалось снижение полученной прибыли от продаж на 4964 тыс. руб. или на 17,5% по сравнению с предыдущим 2019 годом. Это объясняется тем, что в этом году по инвестиционной программе осуществлялось строительство бройлерного цеха № 3 и участка уоя и переработки мяса крупного рогатого скота. При этом, несмотря на меры, принятые в мире для противодействия коронавирусу и санкционные ограничения, которые привели к изменению логистических цепочек по доставке продукции, самая большая прибыль от реализации была получена в 2021 году. Она составила 45455 тыс. руб. [8]. Ее величина увеличилась на 21981 тыс. руб. по сравнению с прошедшим 2020 годом.

**Заключение.** Установлено, что фирменная торговая сеть ОАО «Витебская бройлерная птицефабрика» обеспечивает повышение ее имиджа и конкурентоспособности с крупными сетями по всей Беларуси.

На основании проведенного анализа реализации продукции птицефабрики выявлен постоянный рост увеличения объемов продаж в натураль-



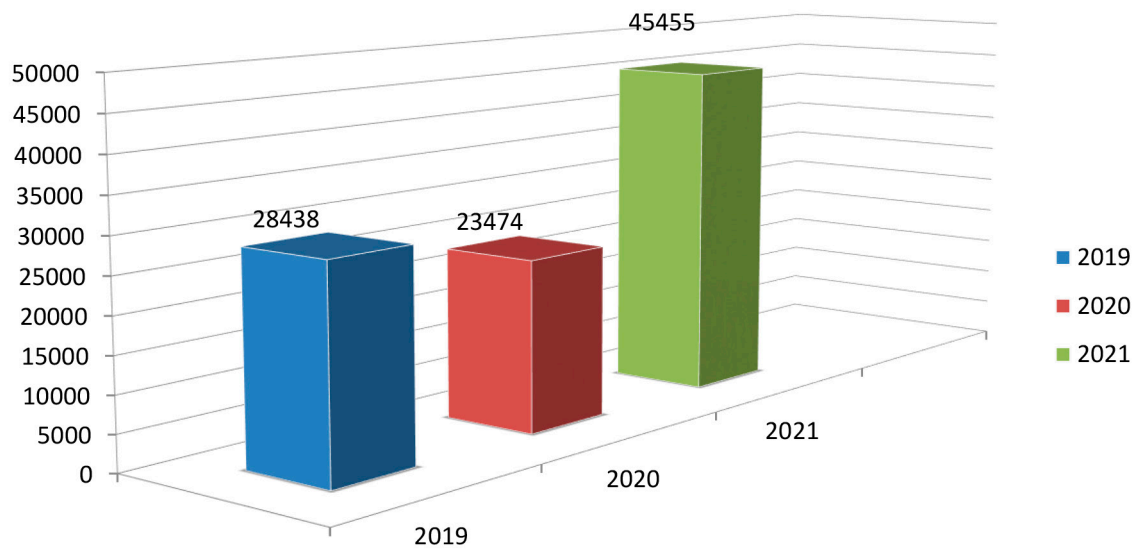


Рисунок 3 – Прибыль от реализации продукции предприятия за 2019–2021 гг., тыс. руб.

ном выражении на рынке страны. В 2021 году по сравнению с 2020 годом увеличился рост реализации мяса птицы на 12,0%, а яйца – на 10,0%. Основная доля производимой продукции реализуется в Витебской области.

Изучение динамики реализации товаров компании на экспорт за исследуемый период подтверждает положительную тенденцию ее повышения и расширения географии рынков сбыта своей продукции.

Установлено, что логистическая деятельность обеспечивает стабильность и эффективность функционирования организации. Это подтверждается положительной динамикой показателей прибыли от реализации за исследуемый период.

### Литература

1. Бекиш, Е.И. Анализ логистической деятельности организации / Е.И. Бекиш, О.А. Брагина, Е.Е. Мантур // Проблемы и перспективы развития экономики и образования в Монголии и России: сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф., Улан-Батор, 8 апр. 2022 г. – Чебоксары: Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом “Среда”», 2022. – С. 29–35.

2. Ивуть, Р.Б. Логистика: учеб. пособие для студентов специальностей 1-27 01 01 Экономика и организация производства (по направлениям), 1-27 02 01 Транспортная логистика (по направлениям) / Р.Б. Ивуть. – Минск: БНТУ, 2021. – 462 с.

3. Григорьев, М.Н. Логистика. Базовый курс: учебник / М.Н. Григорьев, С.А. Уваров. – М.: Изд-во Юрайт, 2011. – 782 с.

4. Бекиш, Е.И. Использование направлений маркетинга для повышения эффективности деятельности организации / Е.И. Бекиш, Е.Е. Мантур // Вестн. Белорус. гос. с/х акад. – 2022. – № 3. – С. 33–37.

5. Бекиш, Е.И. Значение интеграции маркетинга и логистики в условиях конкуренции / Е.И. Бекиш, О.А. Брагина, Е.Е. Мантур // Право. Экономика. Психология. – 2022. – № 3(27). – С. 60–64.

6. Официальный сайт ОАО Витебская бройлерная птицефабрика [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://ganna.by/about/nagrady-i-diplomu>. – Дата доступа: 20.09.2022.

7. Официальный сайт ОАО Витебская бройлерная птицефабрика [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://ganna.by/about/kontrol-kachestva>. – Дата доступа: 21.09.2022.

8. Официальный сайт ОАО Витебская бройлерная птицефабрика [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://ganna.by/about/aktsioneram>. – Дата доступа: 23.03.2022.

Поступила в редакцию 16.12.2022