

ПРОБЛЕМЫ ЛОГИСТИКИ МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ

Задорожная Н. А.

УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины»
г. Витебск, Республика Беларусь

Основная цель логистики молочных продуктов — обеспечить максимально быструю доставку продукции с ограниченным сроком хранения. Поскольку молочная продукция является скоропортящейся, ключевой задачей является максимальное увеличение остаточного срока годности. Логистика молочных продуктов строится с учетом следующих ключевых аспектов сбыта.

Чистота и гигиена. Производство молока осуществляется в гигиенических условиях, обеспечивающих качество, определенное соответствующими стандартами. Качество молочной продукции зависит от условий транспортировки и хранения продукта. Существует вероятность распада жиров и белков в молоке или молочных продуктах, поэтому защита пищевых продуктов от кислорода и прямых солнечных лучей очень важна при транспортировке и хранении молока и молочных продуктов. На качество продукции влияет выбор материала молочных контейнеров, используемых для перевозки. Материал должен быть таким, который легко мыть, чистить и обрабатывать антисептиками. Так, например, на Филиппинах для упаковки свежих молочных продуктов в транспортном средстве, перевозящем молочные продукты, используются деревянные, металлические или термопластичные твердые материалы [1].

Охлаждение и температура. Поскольку температура оказывает существенное влияние на размножение бактерий, контроль температуры молока является критически важным вопросом в молочной логистике. Соответственно для контроля температуры окружающей среды молочных продуктов необходимы системы охлаждения.

Время. Время – критически важный параметр логистики молочных продуктов, поскольку со временем возникает вероятность бактериальной порчи.

Влажность. Влажность является еще одной важной характеристикой окружающей среды для транспортировки высококачественной молочной продукции. Влажный или сухой воздух может создать подходящие условия для размножения бактерий. Транспортные средства должны обеспечивать правильную циркуляцию воздуха внутри транспортного средства и необходимую влажность.

Стоимость логистики. Затраты не влияют на свежесть и качество молочных продуктов, но сильно влияют на величину прибыли и рентабельность. Издержки на транспортировку, потери молочных продуктов, оставшихся после срока годности, стоимость охлаждения — все это влияет на всю стоимость логистики молочных продуктов.

Расстояние, система складов, транспортные коммуникации и выбор транспорта. Расстояние от производителя до конечного потребителя является критически важным вопросом в логистике молочных продуктов, что определяет в значительной степени организацию системы складов, транспортные коммуникации и выбор транспорта. Транспортные средства должны быть спроектированы или выбраны, а также обеспечены необходимым оборудованием в соответствии со всеми требованиями к транспортировке молочной продукции.

Гибкость логистики. Поскольку в разные периоды времени спрос у одного покупателя может быть меньше, а у другого больше, логистика молочной продукции должна легко адаптироваться к изменениям в спросе со стороны ключевых клиентов.

Поскольку молочные продукты имеют короткий срок годности, важным направлением сбытовой деятельности молочных компаний становится прогнозирование. Более совершенная система прогнозирования обеспечивает большую эффективность хранения запасов, более эффективное использование логистического оборудования и, как следствие, увеличение прибыли фирмы.

Таким образом, с учетом вышеизложенных факторов организация должна разработать максимально эффективную логистику, позволяющую удовлетворить потребности клиентов и обеспечить фирме стабильный объем продаж и прибыли.

ЛИТЕРАТУРА

1. Republic of Philippines Department of Agriculture. PhilippineNationalStandard // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://bafps.da.gov.ph/Pages/Code_Drafts5.htm. – Дата доступа: 02.12.2023.
2. Нормирование молочной отрасли. Продукт.ВУ №16 (163) // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://produkt.by/story/normirovanie-molochnoy-otrasli>. – Дата доступа: 10.12.2023.
3. Дегтяревич, И. И. Организация маркетинговой деятельности на примере молокоперерабатывающих предприятий Гродненской области / И. И. Дегтяревич, А. А. Комендант. – Гродно: ГГАУ, 2011. – 170 с.