

УДК 339.187(476.6)

**СИСТЕМА СБЫТА АГРОКОМБИНАТА
«СКИДЕЛЬСКИЙ» – КЛЮЧЕВОЙ
ЭЛЕМЕНТ ЭКОНОМИКИ
ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Козлов Александр Анатольевич,
Грибова Анна Эдуардовна,
Гродненский государственный аграрный
университет, г. Гродно, Республика Беларусь*

***Аннотация.** В данной работе произведен анализ системы сбыта ОАО «Агрокомбинат «Скидельский» Гродненской области Республики Беларусь. Представлены проектные экономико-организационные результаты методических и практических разработок по совершенствованию сбытовой деятельности предприятия. Определены мероприятия по продвижению бренда с использованием рекламной компании.*

***Abstract.** In this work the analysis of sales system of OSC «Agrocombinat «Skidelsky» which is situated in Grodno region of the Republic of Belarus is given. Project economic and organisational results of methodological and practical development on sales activity improvement of the enterprise are presented. Measures to promote the brand using an advertising company have been identified.*

***Ключевые слова:** экономика, система сбыта, маркетинговый анализ, продвижение товара, бренд.*

***Key words:** economy, system of sales, marketing analysis, promoting goods, brand.*

Актуальность. Актуальность анализа систем сбыта в аграрном секторе экономики и разработки конкретных мероприятий по их совершенствованию, обусловлено существованием ряда проблем, возникающих при реализации продукции, вызванных особенностями производства, низким уровнем маркетингового потенциала субъектов хозяйствования, а также недостатком информации и исследований, медленным формированием логистических структур, низкой эффективностью связей в цепи «производитель – потребитель» и др.

Введение. ОАО «Агрокомбинат «Скидельский» представляет собой крупное агропромышленное объединение Гродненской области Республики Беларусь, включающее в себя головное предприятие Общества и девять филиалов, производящих традиционную продукцию молочно-мясного скотоводства, продукцию выращивания и откорма свиней и птицы, переработанную мясную продукцию, а также хлебопродуктовый подкомплекс. Собственная товаропроводящая сеть состоит из 25 торговых объектов Минска, Бреста, Гродно, районных центров и агрогородков региона [1].

Основная часть. Рассмотрим ключевые показатели деятельности ОАО «Агрокомбинат «Скидельский» [1]. Растениеводство выступает как основа кормовой базы для животноводства и сырьевой базы для перерабатывающей промышленности. Организация продуктивно использует 38 841 га сельскохозяйственных угодий, 26 200 га из которых – пашня. Общая освоенность земель – 90,2%. Суммарный намолот зерна по итогам 2021 года превысил 90,5 тыс. т, при средней урожайности 68,1 ц/га. Валовой сбор рапса составил более 10,4 тыс. т, при продуктивности посевов в 42,0 ц/га. 98,7% зерна и все маслосемена рапса были использованы на внутривладельческие нужды.

Средние объёмы производства муки за последние три года составили 30,2 тыс. т, крупяных изделий – 4,4 тыс. т, комбикормов – 42,2 тыс. т, масложировой продукции – 6,7 тыс. т.

Животноводство агрохолдинга представлено молочно-мясным скотоводством, свиноводством, а также мясным и яичным птицеводством. Среднегодовое поголовье молочного стада к настоящему времени достигло значения в 8,1 тыс. гол., КРС на откорме – 24,0 тыс. гол., свиней – 79,0 тыс. гол., птицы – 3,8 млн. гол. Сырьевые производственные мощности позволили произвести более 57,8 тыс. т молока, 6,2 тыс. т продукции выращивания и откорма КРС, 14,5 и 61,2 тыс. т продукции выращивания и откорма свиней и птицы, соответственно. Ежегодное производство яиц вышло на показатель в 105 млн. шт.

Средние ежегодные объёмы собственного производства переработанной продукции птицеводства составили 56,4 тыс. т и 7,2 тыс. т – свиноводства; колбасных изделий выпущено 1,9 тыс. т. [1].

Общую выручку за реализуемую предприятием продукцию можно условно разделить на две группы: сельскохозяйственное сырьё (24,8%) и продукция промышленной переработки (75,2%).

На продукцию растениеводства приходится лишь 1,7% от средней выручки ОАО или 5,7 млн. бел. руб. (рис. 1). Из указанной категории на реализацию поступает вся произведённая сахарная свёкла и часть кукурузного зерна. Остальная растениеводческая продукция составляет сырьевую основу для комбикормовой и мукомольно-крупяной промышленности.

Продукция скотоводства, реализуемая на переработку за пределы агрокомбината, занимает 15,7% в структуре совокупного дохода; 10,5% (35,1 млн. руб.) составляет реализация молока. В среднем 19,5 млн. руб. или 5,8% приходится на реализацию свиней живым весом. Суммарная «сырьевая» выручка животноводства объединения находилась в интервале 66,9-84,3 млн. руб. (22,8%).

По укрупнённым направлениям реализуемой продукции специализацию предприятия можно охарактеризовать как производство мяса и мясопродуктов с развитым сырьевым животноводством; глубина средняя, коэффициент – 0,33. Несмотря на сложившуюся специализацию организации, прибыльность предприятия стабильно определяли комбикормовая промышленность (корма КРС), сельское хозяйство (молочное скотоводство) и мукомольно-крупяная промышленность (пшеничная мука).

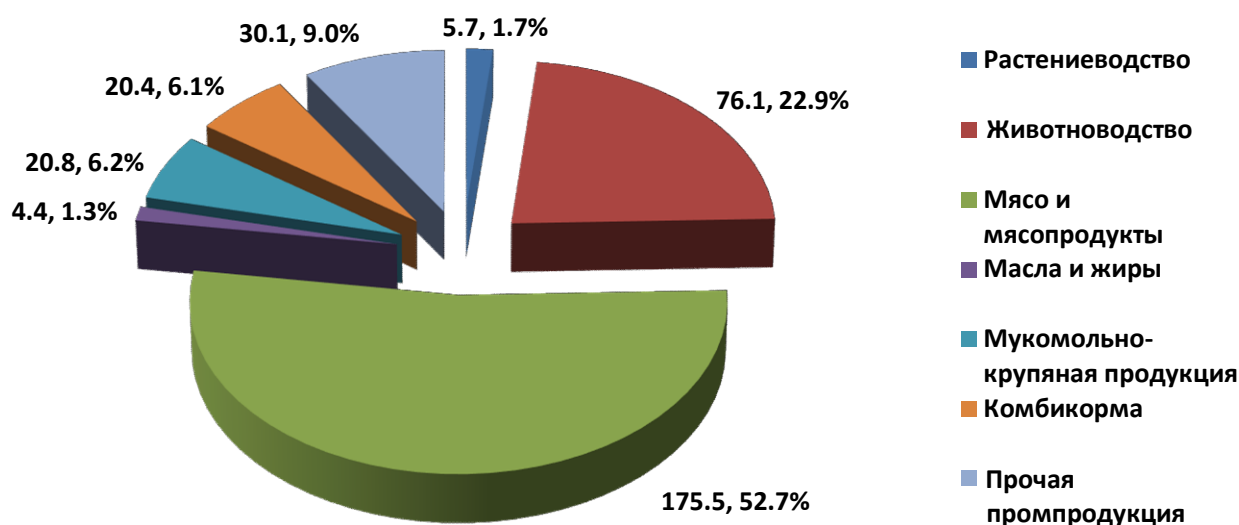


Рис. 1 Объем и структура реализации продукции ОАО «Агрокомбинат «Скидельский», млн. бел. руб., %

География экспорта ОАО «Агрокомбинат «Скидельский» по итогам последнего года охватывала 8 стран ближнего и дальнего зарубежья с объемом в 9,8 млн. долл. США. Наибольший удельный вес в стоимостной структуре отгрузок продукции организации занимали Украина (51,6%) и Россия (28,9%). В натуральном выражении за пределы страны было поставлено 6,0 тыс. т переработанной продукции птицеводства, 2,7 тыс. т крупяных изделий, 310 т рапсового масла и 26,7 млн. куриных яиц. Сравнение среднереализационных цен на экспортные виды продукции с аналогичными внутреннего рынка не выявило конкурентных преимуществ поставок за пределы страны, т.е. экономический эффект от внешнеэкономической деятельности практически сопоставим с реализацией аналогичных товаров на территории Республики Беларусь.

Результаты PEST-анализа экономической среды деятельности организации позволили заключить, что наибольшее внимание при стратегическом планировании сбытовой деятельности следует обратить на такие факторы, как снижение уровня располагаемых доходов населения, относительная девальвация национальной валюты, усиление требований к качеству продукции, а также снижение престижа аграрного труда (см. источник целиком: [2]).

Методология SWOT-анализа помогла выделить наиболее сильные стороны деятельности агрохолдинга: наличие собственной торговой сети, многопрофильность производства, а также узнаваемость бренда компании.

Исследование товарного ассортимента при помощи ABC-XYZ-анализа, разделило позиции широкого ассортиментного перечня продукции объединения по критериям необходимости их постоянного наличия на складе и системе построения сбытовой деятельности (см. источник целиком: [3]).

На основании дополнительного детального анализа web-сайта ОАО «Агрокомбинат «Скидельский» (<http://www.ghp.by>) [1] сформулированы рекомендации по его развитию, включающие:

- редизайн и модернизацию посредством установления функциональных модулей, обеспечивающих возможность online-заказа регистрации посетителей, установления обратной связи (см, например, [4]);
- продвижение в интернете через систему Google (SEO);
- подключение Google Analytics.

Перспективный прирост валового дохода при реализации указанных мероприятий был рассчитан при помощи формулы Ж.-Ж. Ламбена (об использовании см., например, [5]). Планируемое значение составило 290,7 тыс. бел. руб. (+6,8%), при окупаемости дополнительных затрат выручкой в 79,63 руб./руб., прибылью – 1,91 руб./руб.

Определены также мероприятия по продвижению бренда «Панскі гатунак» с использованием рекламной компании. Предложения сформулированы с учётом покупательского контингента, географии реализации, периодичности и времени эфира (публикации), а также прейскурантов на оказание соответствующих услуг. Рекомендуются использовать рекламный щит вблизи торгового центра «Тринити», включающего в себя большое количество магазинов, банков, аптек, ресторанов быстрого питания, бизнес-центр. В качестве печатного издания определена газета «Гродзенская праўда», которая выходит 2 раза в неделю по средам и субботам, распространяется по всей Гродненской области. Оптимальной позицией размещения рекламного ролика выступает телеканал «Беларусь 1», будние дни, программа «Зона X», 18.15-18.35.

Данные действия в перспективе обеспечат организации рост годовой выручки на 8,5% (365,6 тыс. руб.) при суммарной окупаемости рекламных затрат выручкой в 29,46 руб./руб., дополнительной прибылью – 0,71 руб./руб.

Предложено дополнить логотип агрохолдинга годом его основания, что подчеркнёт приверженность традициям, неизменному качеству и экологичности производства, слоган компании рекомендуется начать словами: «Разам з 1967 года...» (рис. 1).



Рис. 1 Логотип ОАО «Агрокомбинат «Скидельский»

Выводы. Таким образом, для усиления конкурентных преимуществ и минимизации негативного экономического воздействия внешней среды на производственно-сбытовую деятельность ОАО «Агрокомбинат «Скидельский» необходимо обеспечить следующее:

- расширение ассортимента продукции наиболее ликвидного и пользующегося популярностью у населения, чему способствует многопрофильность производства;
- максимальную независимость от внешних поставщиков ресурсов, что во многом определяется наличием развитой собственной сырьевой базы;
- постоянный мониторинг качества и безопасности продукции на соответствие республиканским и международным требованиям соответствующих аккредитованных систем менеджмента;
- расширение собственной торговой сети, а также сотрудничества с другими непосредственными продавцами продукции агрокомбината;
- осуществление системного контроля за торгово-промышленной политикой конкурентов;
- активизацию деятельности по продвижению продукции, в том числе используя высокую узнаваемость торговой марки предприятия.

Список использованной литературы:

1. ОАО Агрокомбинат Скидельский в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ghp.by/>
2. Грибова А.Э. Анализ влияния внешних факторов на развитие ОАО «Агрокомбинат «Скидельский» с помощью PEST-анализа / А.Э. Грибова // Рыночная экономика: сегодня и завтра. Тезисы X Международной научной студенческой конференции. – Минск, БГАТУ, 2021. – С. 329-332.
3. Грибова А.Э. Маркетинговый анализ как инструмент стратегического планирования агрохолдинга (на примере ОАО «Агрокомбинат «Скидельский» / А.Э. Грибова, Л.В. Дидюля, А.А. Козлов // Материалы X Международной научно-практической конференции «Наука и образование в современном мире: вызовы XXI века», серия «Экономические науки». – Нур-Султан, Казахстан, 2022. – С. 21-24.
4. Романова М.В. Управление отношениями с клиентами посредством информационных технологий / М.В. Романова // Бизнес-школа SRC – семинары, курсы и бизнес тренинги в Москве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.src-master.ru/article79.html>
5. Анализ конкурентных преимуществ компании на основе идей Ж.-Ж. Ламбена // Брендинговое агентство полного цикла – Z&G.Branding [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://zg-brand.ru/statiy/marketingovye-issledovaniya/analiz_konkurentnyh_preimuwstv_kompanii_na_osnove_idej_zh_zh_lambena/