

Обеспечение народного хозяйства Республики Беларусь продовольственным зерном мягкой пшеницы – важнейшая государственная задача. Она выполнима за счет повышения урожайности культуры, расширения посевных площадей, использования новых сортов высокого качества. Ежегодная потребность республики в продовольственном зерне пшеницы составляет 450-500 тыс. т. Длительное время эти потребности удовлетворялись в основном за счет импорта зерна из стран дальнего зарубежья. Увеличение производства зерна пшеницы в нашей стране придаст большое значение. Правительством Республики Беларусь поставлена задача: в ближайшие годы обеспечить возрастающие потребности республики в высококачественном продовольственном и фуражном зерне этой культуры. От ее решения зависит обеспечение продовольственной безопасности нашей республики.

УДК 631.155.2:658.8 (476.6)

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ И ПОИСК ПУТЕЙ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ В СООО «КЛУБНИКА ПЛАНТС» ЩУЧИНСКОГО РАЙОНА ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Чернов А. С., Пирожникова Т. В.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республика Беларусь

В последнее время в Республике Беларусь явно проявляется тенденция к обострению конкуренции во всех сегментах рынка. Усиление конкуренции в производстве и реализации продукции между отечественными производителями требует от национальных компаний и фирм мобилизации усилий для удержания своих позиций на рынке [1, 3].

Первостепенное значение для повышения конкурентоспособности, рыночной устойчивости предприятия является грамотное, научно обоснованное построение комплекса маркетинга, включающего элементы ассортиментной политики, ценообразования, продвижения и стимулирования [2].

Таким образом, целью данного исследования является анализ управления маркетинговой деятельностью и поиск путей ее совершенствования в СООО «Клубника Плантс» Щучинского района Гродненской области.

СООО «Клубника Плантс» является единственным специализированным предприятием на территории стран СНГ, которое производит

посадочный материал земляники садовой. Наибольший удельный вес в структуре выручки СООО «Клубника Планта» в 2022 г. приходился на рассаду земляники садовой – 50,87 % и ягоду земляники садовой – 37,11 %. В 2022 г. продажа ягод земляники садовой сократилась, по сравнению с 2020 г., на 93 тыс. руб., а продажа рассады земляники садовой увеличилась на 1098 тыс. руб. (темп роста 41,96 %). В целом производство на предприятии является экономически эффективным – уровень рентабельности за 2022 г. составил 37,8 %.

Управлением маркетинговой деятельностью в СООО «Клубника Планта» занимается заместитель директора по сбыту. Деятельность заместителя директора по сбыту в области маркетинга направлена на проведение анализа коммерческой деятельности и сбора статистической информации, разработку и реализацию мер по стимулированию спроса на продукцию предприятия путем обеспечения высокого качества обслуживания потребителей.

Формирование цены на СООО «Клубника Планта» осуществляется исходя из стоимости закупки у производителя, затрат на транспортировку и таможенное оформление, установленных налоговых и неналоговых платежей, прибыли. При этом система скидок и отсрочки платежа применяется, как правило, при поставках продукции в больших количествах.

Распределение товаров СООО «Клубника Планта» происходит 3 способами:

- СООО «Клубника Планта» → конечный потребитель;
- СООО «Клубника Планта» → оптовый посредник (ООО «Фирма Мока») → конечный потребитель;
- СООО «Клубника Планта» → оптовый посредник (ООО «Фирма Мока») → розничный магазин (розничные магазины по Гродненской области) → потребитель.

Как показал анализ структуры маркетинговых коммуникаций СООО «Клубника Планта», основным видом маркетинговых коммуникаций является реклама, на которую приходится основная часть рекламного бюджета. Предприятие использует рекламу для создания положительного образа, поддержание позитивного имиджа компании и информирование покупателей о своей продукции.

Для совершенствования управления маркетинговой деятельности в СООО «Клубника Планта» нами предлагается автоматизировать ее с помощью установки программного обеспечения «БЭСТ-Маркетинг». Программная система «БЭСТ-Маркетинг» представляет собой удобный и эффективный инструмент, позволяющий оценить рыночные позиции предприятия в условиях конкуренции. Расчеты показывают, что

на нулевое значение проект выйдет на 2-м году. Следовательно, проект является эффективным. Таким образом, можно сделать вывод об экономической эффективности внедрения системы «БЭСТ-Маркетинг».

ЛИТЕРАТУРА

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: учебник / И. Л. Акулич. – 8-е изд., перераб. и доп. – Минск: Вышэйшая школа, 2014. – 543 с.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учеб. пособие / Под ред. д-ра экон. наук, проф. Н. А. Нагапетьянца. – М.: Вузовский учебник, 2015. – 272 с.
3. Маркетинг: учебное пособие / А. П. Мищенко [и др.]; под общ. ред. А. П. Мищенко. – М.: КНОРУС, 2018. – 288 с.

УДК 631.155.2:658.81 (476.6)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ СБЫТА В ОАО «АГРОКОМБИНАТ «СКИДЕЛЬСКИЙ» ФИЛИАЛ «ЖЕЛУДОКСКИЙ АГРОКОМПЛЕКС» ЩУЧИНСКОГО РАЙОНА ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Чернов А. С.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республика Беларусь

Потенциальные возможности любого предприятия кроются, во-первых, в организации эффективного производства продукции и, во-вторых, в организации эффективного управления ее сбытом. Оба направления деятельности важны и взаимосвязаны: чем качественнее и дешевле произведенная продукция, тем больше возможностей имеет предприятие ее реализовать. И наоборот, эффективная реализация продукции обеспечивает хозяйствам приток средств и открывает возможности для организации крупномасштабного и, следовательно, низкочувствительного производства более качественной продукции [1].

Совершенствование управления сбытовой деятельностью – одна из важнейших задач современного сельскохозяйственного предприятия для обеспечения его долгосрочного и прибыльного существования [2].

Таким образом, целью данного исследования является оценка организации и эффективности сбытовой деятельности в ОАО «Агрокомбинат «Скидельский» филиал «Желудокский агрокомплекс» Щучинского района Гродненской области.

Организацию сбытовой деятельности по реализации готовой продукции, планированию объемов продаж, проведению маркетинговых исследований, выбору каналов сбыта, рекламной деятельности и сервисного обслуживания осуществляют в филиале «Желудокский агрокомплекс» два специалиста по сбыту, которые непосредственно