

УДК 339.187(476.6)

Козлов Александр Анатольевич

кандидат сельскохозяйственных наук, доцент

Грибова Анна Эдуардовна

магистр экономических наук

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

Kozlov Alexander, Gribova Anna

Grodno State Agrarian University

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

**AGROCOMBINAT «SKIDELSKY» SYSTEM OF SALES AS A KEY
ELEMENT OF ENTERPRISE ECONOMY**

Аннотация. В данной работе дан анализ системы сбыта ОАО «Агрокомбинат «Скидельский» Гродненской области Республики Беларусь. Представлены проектные экономико-организационные результаты методических и практических разработок по совершенствованию сбытовой деятельности предприятия.

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

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.

Keywords: economy, system of sales, marketing analysis, promoting goods, brand.

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.

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.

Растениеводство, как основа кормовой базы для животноводства и сырьевой – для перерабатывающей промышленности, продуктивно использует 38 841 га сельскохозяйственных угодий, 26 200 га из которых – пашня. Общая освоенность земель организации – 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 крупным 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).

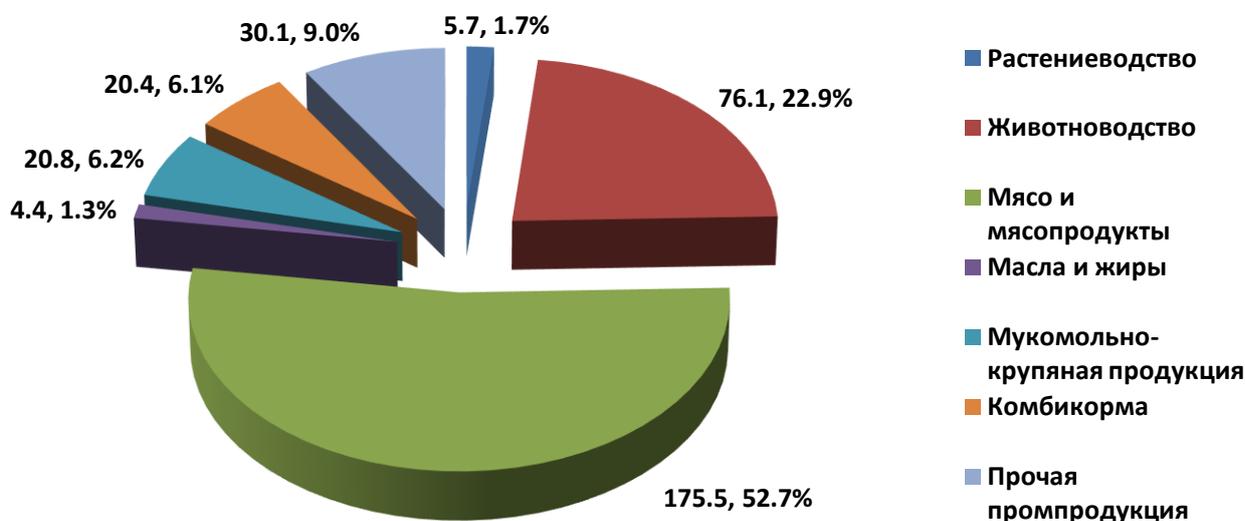


Рисунок 1 – Объём и структура реализации продукции ОАО «Агрокомбинат «Скидельский», млн. бел. руб., %

География экспорта ОАО «Агрокомбинат «Скидельский» по итогам последнего года охватывала 8 стран ближнего и дальнего зарубежья с объёмом 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 [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 [3].

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

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

Перспективный прирост валового дохода при реализации указанных мероприятий был рассчитан при помощи формулы Ж.-Ж. Ламбена. 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).



«Разам з 1967 года...»

Рисунок 1 – Логотип ОАО «Агрокомбинат «Скидельский»

Таким образом, для усиления конкурентных преимуществ и минимизации