

## **СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОАО «СЛОНИМСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ» И МЕРОПРИЯТИЯ ПО ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ**

**Чернов А. С.**

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

Хозяйствующие субъекты в аграрной сфере экономики для достижения своих целей организуют сложную, развивающуюся совокупность видов деятельности, обеспечивающих их целостность и эффективное функционирование. Важнейшим из них является сбытовая, которая хронологически следует за производственной.

Эффективная система сбытовой деятельности должна включать в себя как основные взаимодействующие между собой элементы, так и методы, на основе которых происходит организация сбыта на предприятиях [2].

Тем не менее, проведенные исследования показывают, что в ходе аграрного реформирования существенным препятствием для предприятий продолжает оставаться слабая организация и адаптация именно сбытовой деятельности в быстро меняющихся рыночных условиях [1].

Таким образом, целью данного исследования является анализ сбытовой деятельности ОАО «Слонимский мясокомбинат» и разработка мероприятий по ее совершенствованию.

ОАО «Слонимский мясокомбинат» – один из лидеров мясоперерабатывающей отрасли Республики Беларусь, специализирующийся на производстве мяса, колбас, мясных деликатесов, полуфабрикатов, консервации, консервов для кошек и собак. Основанный в 1923 г. комбинат прошел долгий и сложный путь преобразования в стабильное и современное предприятие [3].

Предприятие является эффективным и финансово устойчивым. В 2019 г. выручка от реализации продукции составила 198 042 тыс. руб., что на 17,6 % выше уровня 2018 г. и на 55,1 % выше уровня 2015 г. Рентабельность продаж в 2019 г. составила 13,4 %, рентабельность реализованной продукции – 17,2 %.

В ОАО «Слонимский мясокомбинат» имеются структурные единицы, обеспечивающие организацию и управление сбытовой деятельностью: отдел продаж, отдел маркетинга и отдел ВЭД.

Продукция ОАО «Слонимский мясокомбинат» реализуется как на внутреннем, так и на внешних рынках. На внутреннем рынке основное место занимает реализация колбасных изделий (72,7 % от общего объема реализации).

Основная экспортная продукция ОАО «Слонимский мясокомбинат» – потушное мясо говядины охлажденное, мясо говядины бескостное охлажденное в вакуумной упаковке, отруба говяжьей охлажденные, вырезка говяжьей, блоки мясные из жилованного мяса замороженные говяжьей, консервы, жир говяжий, субпродукты говяжьей. Доля России во внешней торговле предприятия составляет 95,5 %. Кроме РФ, мясокомбинат осуществляет поставки своей продукции также в Казахстан, Узбекистан, Армению, Киргизию, Вьетнам, Гонконг. За 2019 г. рентабельность по экспорту составила 12,4 %.

По результатам проведенного исследования нами были выявлены следующие недостатки в управлении сбытовой деятельностью ОАО «Слонимский мясокомбинат»:

- дублирование должностных обязанностей специалиста отдела продаж и оператора ЭВМ;
- выполнение несвойственных функций специалистами отдела продаж;
- отсутствие специализированной программы взаимодействия с клиентами.

Для совершенствования сбытовой деятельности ОАО «Слонимский мясокомбинат» нами предлагаются следующие мероприятия:

- 1) разработка новых должностных инструкций специалиста отдела продаж и оператора ЭВМ;
- 2) делегирование некоторых функций специалиста отдела продаж экономисту и специалисту по маркетингу;
- 3) внедрение CRM-системы (Customer relationship management) для оптимизации процесса управления оптовыми продажами.

В результате проведенных расчетов нами установлено, что выручка от продаж может увеличиться до 217 846,2 тыс. руб., а прибыль от реализации – на 4865 тыс. руб.

Таким образом, разработка предложенных мероприятий по совершенствованию сбытовой деятельности ОАО «Слонимский мясокомбинат» позволит существенно увеличить выручку и доходы от реализации. Одновременно повысится количество заключенных договоров, а также уровень деловой репутации ОАО «Слонимский мясокомбинат» как благонадежного партнера.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Демидов, В. С. Повышение эффективности управления сбытовой политики предприятия / В. С. Демидов // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2017. – № 3. – С. 32-33.
2. Наумов, В. Н. Маркетинг сбыт / В. Н. Наумов. – Минск: Юнипресс, 2016. – 150 с.
3. www.slmeat.by

УДК 519.86(476)

### **МЕТОД ПРОГНОЗНОЙ ЭКСТРАПОЛЯЦИИ КАК ОДИН ИЗ ГЛАВНЫХ МЕТОДОВ СТАТИСТИЧЕСКОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ**

**Чернова Г. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Экстраполяционные методы являются одними из самых распространенных и наиболее разработанных среди всей совокупности методов прогнозирования.

Применяемый в прогнозировании метод экстраполяции не дает точных результатов на длительный срок прогноза, потому что данный метод исходит из прошлого и настоящего, и тем самым погрешность накапливается. Этот метод дает положительные результаты на ближайшую перспективу не более 5 лет.

В прогнозировании экстраполяция применяется при изучении временных рядов и представляет собой нахождение значений функции за пределами области ее определения с использованием информации о поведении данной функции в некоторых точках, принадлежащих области ее определения.

Использование экстраполяционных методов в сельском хозяйстве позволяет спрогнозировать развитие экономики, отдельных отраслей и найти оптимальные способы достижения поставленных целей.