

УДК 631.162:658.8(476.7)

## **ИССЛЕДОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОАО «ПТИЦЕФАБРИКА «ДРУЖБА» БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ И ВЫЯВЛЕНИЕ ПУТЕЙ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

**Пирожникова Т. В., Чечет И. Г.**

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

Для каждого предприятия главной задачей является получение прибыли, что связано с эффективным продвижением своей продукции на рынок. Для достижения этой цели руководители предприятий должны уделять особое внимание управлению сбытовой деятельностью.

Целью исследования являлось изучение управления сбытовой деятельностью, а также выявление путей ее совершенствования в ОАО «Птицефабрика «Дружба», основными направлениями деятельности которого являются производство мяса птицы-бройлеров и крупного рогатого скота; яиц; молока, зерна, мясокостной и травяной муки, а также другой сельскохозяйственной продукции; промышленная переработка сельскохозяйственной продукции; фирменная торговля.

Проанализировав основные экономические показатели предприятия, можно отметить следующее: общая земельная площадь предприятия за последние 5 лет выросла и составила в 2015 г. 22791 га, т. е. 100,4% уровня 2011 г. В целом по предприятию урожайность сельскохозяйственных культур за исследуемый период в основном увеличилась: зерновых на 52,9%, рапса на 21,8%. При этом отметим, что в 2011-2015 гг. производство продукции растениеводства было убыточным, тогда как по отрасли животноводства ОАО п/ф «Дружба» стабильно получает прибыль. поголовье скота увеличилось. Уровень рентабельности составил 3,5% по хозяйству в 2015 г. Наблюдается положительная динамика показателей обеспеченности основными производственными фондами в ОАО п/ф «Дружба». Коэффициенты, характеризующие финансовую устойчивость исследуемого сельскохозяйственного предприятия, имеют неблагоприятную динамику. Коэффициент текущей ликвидности снизился на 0,34, коэффициент абсолютной ликвидности снизился на 0,07, что свидетельствует о снижении платежеспособности ОАО п/ф «Дружба». Однако коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами вырос на 0,44, а коэффициент обеспеченности обязательств активами снизился на 0,04, что указывает на снижение роли заемных средств для финансирования

текущей деятельности. При этом все показатели в течение анализируемых 5 лет находились в пределах нормы.

Служба маркетинга и продаж подразделяется на два отдела – отдел маркетинга и сбыта, однако их функции пересекаются. Их сбытовая деятельность включает в себя как анализ рынков сбыта, разработку рекламы, так и заключение договоров, участие в тендерах, аукционах.

Предприятие ежегодно принимает участие в различных выставках и ярмарках как на республиканском, так и на международном уровнях. Так, в 2015 г. ОАО п/ф «Дружба» принимало активное участие в региональных и международных выставках и ярмарках, в результате чего ОАО «Птицефабрика «Дружба» стало Лауреатом премии «Лидер Года 2015» в номинации «Производство мяса птицы». В 2016 г. п/ф «Дружба» принимала участие в 26-й международной выставке «БЕЛАГРО-2016» и получила диплом 2 степени по итогам проведения республиканского конкурса «Лучшая племенная корова молочной породы».

Результаты исследования показали:

- в связи с расширением службы маркетинга и продаж в 2015-2016 гг. на работу в указанный отдел было принято 7 специалистов с небольшим опытом работы по специальности;

- на предприятии отсутствует практика разработки заместителем генерального директора по маркетингу и коммерческим вопросам плана расходов на маркетинговую деятельность на текущий год,

- недостаточно активно используются методы стимулирования сбыта, в частности реклама; низкая узнаваемость продукции на рынке. Одной из важнейших проблем предприятия является узкая география поставок мяса птицы и недостаточная узнаваемость продукции.

Для усовершенствования деятельности предприятия, на наш взгляд, необходимо: обновить упаковку; повысить квалификацию работников службы маркетинга и продаж, т. к. на предприятии отсутствует практика разработки заместителем генерального директора по маркетингу и коммерческим вопросам плана расходов на маркетинговую деятельность на текущий год; разработать новые методы стимулирования сбыта ОАО п/ф «Дружба» с целью повышения конкурентоспособности.

Исследования показали, что система управления маркетингом и сбытом на предприятии достаточно эффективна. Таким образом, основными путями совершенствования управления сбытовой деятельностью в ОАО п/ф «Дружба» мы определили действия, направленные на разработку мероприятий по узнаваемости продукции с целью расширения каналов сбыта.