УДК 631.16:657.471.66(476.6)

АНАЛИЗ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ХЛЕБОПРОДУКТОВОГО ПОДКОМПЛЕКСА НА ПРИМЕРЕ ХОЛДИНГА «АГРОКОМБИНАТ «СКИДЕЛЬСКИЙ»

Ярошевич С.В., Бычек И.И.
УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республика Беларусь

Ни для кого не секрет, что мукомольно-крупяная и комбикормовая отрасль является одной из важнейших отраслей перерабатывающей промышленности, выпуская широкий ассортимент продуктов повседневного спроса, специальных продуктов лечебно-профилакти-ческого, детского питания, сбалансированных питательных кормосмесей для животных, и являясь, таким образом, тесно связанной как с сельским хозяйством, так и с другими отраслями народного хозяйства. Продукты зернопереработки традиционно пользуются большим покупательским спросом благодаря хорошей усвояемости и незаменимым вкусовым качествам.

В последние годы в Беларуси, согласно данным Национального статкомитета, наметилась тенденция увеличения объемов производства продукции этой отрасли как в целом по республике, так и непосредственно по предприятиям Департамента по хлебопродуктам. К основным факторам, способствующим росту объемов производства продукции, можно отнести следующие: изменение структуры выпускаемой продукции, государственная поддержка и стимулирование всех возможных методов торговли со странами СНГ, в том числе бартера и отсрочки платежей, развитие системы маркетинга и фирменной сети торговли. [1]

Следует отметить, что в 2013 году многие предприятия перерабатывающей промышленности при общей тенденции увеличения объёмов производства столкнулись с проблемой затоваренности складов. Из этого следует, что в сложившихся условиях хозяйствования проблема оценки эффективности сбытовой деятельности крайне важна для любого предприятия.

Основной рынок сбыта предприятий холдинга «Агрокомбинат «Скидельский» в настоящее время – районы Гродненской области. Часть продукции реализуется на рынке Минской и иных областей, а также отгружается на экспорт.

Предприятие реализует продукцию как оптовым потребителям, так и в розницу через сеть собственных магазинов (в настоящее время 21). Розничный товарооборот за 2013 год составил 76 427,3 млн. руб., темп роста – 203,3% к 2012 году, в том числе товарооборот от продук-

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

ции собственного производства – 62 276 млн. рублей (207,1%). Удельный вес выручки, полученной от реализации продукции собственного производства – 62,3%. Унитарным предприятием «Скидельагропродукт» в 2013 году произведено муки всех сортов 68,23 тыс. тонн, темп роста к 2012 году составил 118,0%

Основные потребители пшеничной и ржаной муки – хлебпромы Департамента по хлебопродуктам. В 2013 году 42,6% от всего объема реализации пшеничной муки и 52,3% ржаной было реализовано на данном сегменте рынка. Затем по объемам реализации следуют хлебозаводы Белкоопсоюза (18,2% пшеничной и 18,3% ржаной муки). Реализовано промышленным предприятиям (для переработки) − 16,3% пшеничной и 8,2% ржаной муки, предприятиям розничной торговли − 7,1% пшеничной и 4,2% ржаной, прочим организациям – 9,2% пшеничной муки и 19,4% ржаной.

Следует отметить, что удельный вес муки, реализованной посредством розничной торговли на протяжении последних трех лет снижается. Основная причина – недостаток продовольственного зерна, а также убыточное производство муки (убыток от реализации муки за 2013 год составил 2235 млн. рублей, рентабельность продаж – минус 17,2%). В 2012 году предприятие задействовало значительно больше разнообразных методов продвижения готовой продукции по сравнению с 2013. Реклама проводилась на радио «Минск-Новости», печаталась на билбордах, в прессе: «Вечерний Гродно», «Перспектива», «Комсомольская правда», где озвучивалась и размещалась информация о холдинге «Агрокомбинат «Скидельский» и о продукции, производимой дочерними компаниями данного холдинга. В 2013 году информация о товарах, выпускаемых предприятием, была приведена только в газете «Вечерний Гродно» и некоторых других, а также на интернет-сайте холдинга (www.ghp.by), который, в свою очередь, был разработан в 2007 году и с тех пор не менял ни стилистического оформления, ни структуры, а обновлялся периодически, но не достаточно часто.

Из выше перечисленного можно сделать вывод, что ОАО «Агрокомбинат «Скидельский» на данный момент реализует продукцию, нацелившись преимущественно на крупных партнёров, снижая при этом затраты на продвижение готовой продукции в розничной торговле.

ЛИТЕРАТУРА

1. Левицкая, Г.А. Современная промышленность. М.: Агропромиздат, 2011. − 204 с.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ