

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ АПК ГОМЕЛЬЩИНЫ

Исайчикова Н.И. канд.экон.наук, доцент

Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого

Агропромышленный сектор в экономике Беларуси занимает особое место. В настоящее время в Гомельской области работают свыше 210 агропромышленных организаций разных форм собственности, около 400 крестьянско-фермерских хозяйств. В пользовании сельхозорганизаций находится 1, 216 млн. га сельхозугодий. За фермерскими хозяйствами закреплено 20 тыс. га земель, в среднем на одно хозяйство приходится 50 га. В общественном секторе в структуре производства продукции доля животноводства составляет 55 %, растениеводства – 45 %.

Высококачественную продукцию производят перерабатывающие предприятия мясомолочной промышленности. Это 7 молочных заводов, 3 мясокомбината и фабрика мороженого, которые перерабатывают в сутки 2500 тонн молока и 300 тонн мяса. Свыше 100 наименований консервированной плодоовощной продукции выпускают 4 консервных завода.

В настоящее время продукция АПК Гомельщины поставляется в 20 стран ближнего и дальнего зарубежья. Основными рынками сбыта являются Российская Федерация (85 % от общего объема поставляемой продукции), Казахстан (7,9 %) и Украина (3 %).

При плановой экономике сельскохозяйственные организации не занимались реализацией своей продукции. Стратегия поведения сельскохозяйственных организаций заключалась в наращивании объемов производства своей продукции и увеличении её роли на рынке за счет снижения цен и издержек.

Рыночные отношения в экономике Республики Беларусь изменили производственно-экономические взаимоотношения между производителями сельскохозяйственной продукции, её переработчиками и потребителями. В настоящее время у сельскохозяйственных предприятий основными покупателями продукции являются государственные перерабатывающие заводы и комбинаты. Вместе с тем государственные закупочные цены у многих сельскохозяйственных предприятий ниже или на уровне себестоимости продукции, что существенным образом сдерживает развитие сельскохозяйственного производства. Многие, в основном крупные агропредприятия, развивают свою собственную переработку и фирменную торговлю. Поэтому данные предприятия имеют больше возможностей для наращивания объемов своей продукции, решения финансовых и социальных вопросов своих коллективов и успешно выживают в конкурентной борьбе на рынке.

Складывающаяся конкурентная обстановка на рынке сельскохозяйственной продукции, как внутри страны так и на внешнем рынке, вынуждает производителей сельскохозяйственной продукции использовать новые принципы и методы управления, требуют необходимости внедрения и широкого использования логистического управления предприятием в практической деятельности. Популярность логистики значительно возрастает в последние годы по ряду причин. Это – внедрение компьютерных технологий, позволяющих увеличить количественно и качественно контактную аудиторию потребителей; дефицит времени у потребителей для осуществления покупок; распространение бесплатных услуг телекоммуникационными компаниями; возможность получения товаров по кредитным карточкам; возможность получения информации с помощью списков и электронной базы данных о потребителях и т.д. Руководители и специалисты стали понимать те преимущества, которые обеспечивают результаты практического использования инструментов логистики и маркетинга.

Поставки продукции в нужное место для покупателя, в нужное время и по разумной цене становятся лейтмотивом успешной работы аграрного бизнеса, а грамотное использование инструментов маркетинга и логистики – основой выживания и экономической эффективности. К главным направлениям деятельности сельхозпроизводителей стали относиться не только повышение качественных свойств продукции, но и её реализация с получением высокой прибыли.

Обостряющаяся конкуренция между аграрными товаропроизводителями требует всё больших затрат на реализацию продукции. Например, в настоящее время на рынке Гомельской области можно встретить не только собственные сельскохозяйственные товары, но и аналогичную продукцию из всех областей Беларуси. Работа по модели бизнеса плановой экономики уже не может давать высокую прибыль.

Условием выживания агробизнеса в рыночных отношениях является создание системы управления предприятием, включающей в себя такие составные её части как логистика, маркетинг, менеджмент. Данные подсистемы связывают сельскохозяйственные предприятия с рынками сбыта их товаров.

Основным товаром сельского хозяйства является растениеводческая и животноводческая продукция. Чтобы удержаться «на плаву» и поддерживать спрос на свой товар, успешные сельскохозяйственные предприятия разрабатывают новые товары. Известно, что товары со временем устаревают, соответственно потребительская ценность их не остается на постоянно высоком уровне, а потребности потребителей меняются.

В сложной, быстро меняющейся реальности, всё труднее жить и функционировать предприятиям, не принимающим эффективные управленческие решения. Если к этому добавляется производство неконкурентоспособной, мало востребованной продукции и агропредприятие

работает в убыток или работает «на склад», то всё это способствует быстрейшему разорению предприятия. Следовательно, главной стратегической целью управления агропредприятием является использование рациональной модели бизнеса, основанной на анализе текущей ситуации на рынке, и обеспечивающей существование в зоне прибыли. Высокая значимость применения логистического подхода в практике хозяйственной деятельности агропредприятий обусловлена необходимостью оптимизации издержек получения сельскохозяйственного сырья и длительностью циклов доведения сырья и материалов до потребителей. Для обеспечения финансовой устойчивости хозяйств, ускорения их выхода на самофинансирование требуется широкое и повсеместное внедрение методов и механизмов логистики в практическую деятельность. Известно, что технологии логистики и информационные технологии позволяют экономить до 20 % издержек, связанных с производством.

Реализовать эти задачи можно лишь при условии получения специалистами, работающими в аграрном секторе, прочных знаний по логистике, что позволит обеспечить экономически грамотную работу возглавляемых ими подразделений.

Для развития логистической сферы деятельности в Беларуси принята Программа развития логистической системы и транзитного потенциала на период до 2020 года, утвержденная постановлением Совета Министров РБ «О программе развития логистической системы Республики Беларусь и транзитного потенциала на 2016 –2020 годы» от 18 июля 2016 г. N 560.

После реализации намеченных в данном постановлении мероприятий логистическая система должна стать одной из основ экономики Беларуси.

Таким образом, опыт сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, успешно развивающихся в условиях рыночной экономики, свидетельствует, что применение умелой и грамотной логистической политики, в сочетании с маркетингом, приобретает в аграрной отрасли Беларуси высокую актуальность, является залогом экономической состоятельности производителей сельскохозяйственной продукции.

Литература

1. О программе развития логистической системы Республики Беларусь и транзитного потенциала на 2016 –2020 годы [Электронный ресурс] – Режим доступа: baifby.com/page/60. – Дата доступа 29.09.2018

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ В СИСТЕМЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ВОДОПОЛЬЗОВАНИЯ НА БАЗЕ ЦИФРОВЫХ- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

Д.э.н., проф. Абдуллаев Абдужаббор,