

СЕКЦИЯ 4
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА
И МАРКЕТИНГА В АПК

УДК 339.138

Алина Бидниченко
(Республика Беларусь)

Научный руководитель И.И. Станкевич, ст. преподаватель
Белорусский государственный аграрный
технический университет

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

К основным целям и задачам сбытовой и маркетинговой политики предприятия относятся: обеспечение доставки продукта от места его производства к месту реализации с учетом максимального удовлетворения потребностей покупателей и выгоды для предприятия; организация сбытовой сети для реализации товаров; создание сети оптовых и розничных магазинов, складов промежуточного хранения, пунктов технического сервиса и выставочных залов; определение маршрутов товародвижения; организация транспортирования, деятельности по отгрузке и погрузке товаров; решение вопросов логистики, системы обеспечения, совершенствование структуры товародвижения, реклама и др.

Объект исследования – ОАО «Борисовский завод пластмассовых изделий» (ОАО «БЗПИ») имеет многолетний опыт работы в области производства изделий из пластмасс и товаров бытовой химии. Основными видами продукции являются: трубы и фитинги, пленка и плечные изделия, изделия из пластмасс, товары бытовой химии.

Вся продукция, изготавливаемая ОАО «БЗПИ», соответствует требованиям национальных стандартов Республики Беларусь и проходит испытания в собственном аккредитованном испытательном центре.

Продукция предприятия экспортируется в Российскую Федерацию, Казахстан, Литву, Молдову, Швейцарию, Латвию, Кыргызстан и США.

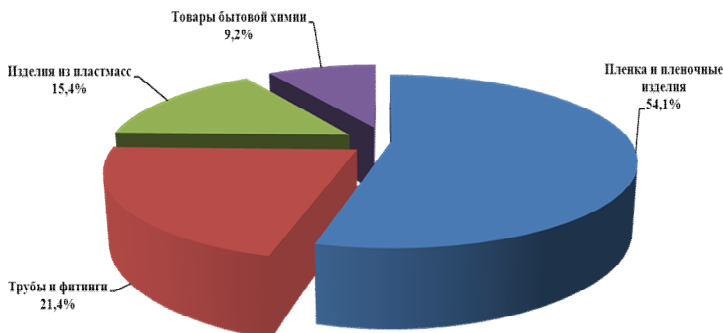


Рисунок 1 – Структура реализации продукции в разрезе товарных групп

Основными конкурентами, производящими товары народного потребления из пластмасс в Республике Беларусь, являются: ОАО «Белворполимер», ОАО «Легпромразвитие», ОУПП «Витпласт», ОАО «Белпласт», ОАО «Инвет», РУП «Термопласт», СП «Амипак-ОАО», ПП ООО «Полоцкпласт», СП ООО «Полесье», и др.

Сегодня на белорусском рынке довольно успешно работает ряд фирм и индивидуальных предпринимателей, предлагающих товары предприятий РФ и стран ЕС – СООО «Арола», ЗАО «НИКИС», ЗАО ТД «Алекор», ООО «Хозмир».

Эффективность хозяйственной деятельности любого предприятия определяется его финансовыми результатами (таблица 1).

Таблица 1 – Основные показатели деятельности, тыс. руб.

Показатель (коэффициент)	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Выручка от реализации продукции (работ, услуг)	39924	42970	39478
Себестоимость реализованной продукции (работ, услуг)	32566	36685	33303
Прибыль от реализации продукции	2078	506	511
Чистая прибыль	43	2917	464
Коэффициент текущей ликвидности	1,34	1,05	1,06
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,25	0,05	0,06
Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами	0,32	0,33	0,32
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,04	0,02	0,003

За исследуемый период (2017–2019 гг.) выручка и прибыль от реализации продукции снижаются, наблюдается рост себестоимости реализованной продукции. Представленные в таблице коэффициент текущей ликвидности, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами и коэффициент абсолютной ликвидности имеют отрицательную динамику и не соответствуют нормативным значениям.

Для вывода ОАО «БЗПИ» на более устойчивый уровень развития необходимо провести более глубокий анализ производства и реализации продукции, структуры затрат, ассортимента выпускаемой продукции.

Для поддержания благоприятного имиджа, повышения узнаваемости предприятия, удержания действующих позиций на рынке необходимо проведение следующих мероприятий:

1. Участие в выставочно-ярмарочных мероприятиях в Республике Беларусь, Российской Федерации и других странах: оптовая выставка-ярмарка «Культбыхозтовары», международная специализированная выставка «Вода и тепло», международная специализированная выставка «ПЛАСТЕХ», международная специализированная выставка пластмасс и каучука «ИНТЕРПЛАСТИКА» и др.;

2. Использование наружной рекламы (щиты и баннеры) в городах, а также на крупнейших автомагистралях;

3. Реклама в сети Интернет: актуализация информации на официальном сайте и сайте Государственного торгового объединения «Белресурсы» – управляющая компания холдинга «Белресурсы», размещение рекламных роликов о заводе на канале Youtube.com и информации о заводе, ассортименте, новинках и акциях в сообществе ОАО «БЗПИ» в социальных сетях Вконтакте и Facebook, а также бизнес-порталах;

4. Реклама в СМИ, в том числе в журналах «ПИЩЕВИК.ВУ», «Живи как хозяин», «Зеленый контейнер» и др.;

5. Проведение рекламных акций;

6. Обеспечение субъектов товаропроводящей сети рекламными материалами (каталогами, буклетами, листовками и др.).