

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «БЕЛАРУСЬКАЛИЙ»

Сырокваш Н.А., ст. преподаватель

Авсневич С., студент

*УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,
г. Минск, Беларусь*

Ключевые слова: калийные удобрения, конкурентоспособность, сбыт, экспорт, прибыль.

Keywords: potash fertilizers, competitiveness, sales, export, profit.

Аннотация: С целью укрепления положения ОАО «Беларуськалий» на внешнем рынке и увеличения эффективности экспортных сделок, координации поставок калийных удобрений на внешний рынок с другими мировыми производителями предприятие осуществляет экспорт своей продукции по товаропроводящей сети, которая формировалась постепенно на основе накопленного опыта и мировой практики.

Summaru: In order to strengthen Belaruskali's position in the foreign market and increase the efficiency of export transactions, as well as to coordinate potash fertilizer supplies to foreign markets with other global producers, the company exports its products through a distribution network, which was formed gradually on the basis of accumulated experience and global practice.

ОАО «Беларуськалий» работает по уже сложившейся и оправдавшей себя схеме одноканальной системы продаж, при которой при наличии дисбаланса между спросом и предложением, необходим жесткий контроль над продвижением товара от поставщика до конкретного потребителя.

Работа по одноканальной схеме с использованием товаропроводящей сети позволяет избежать конкуренции товара одного происхождения на любом рынке. На таком специфическом рынке, как калийный, выгодна монополия экспортера, что позволяет избежать конкуренции. И подтверждением тому служит растущая доля ОАО «Беларуськалий» в мировой торговле. Для достижения максимально возможных объемов экспорта сбытовая система должна строиться на долгосрочной основе с тем, чтобы завоевать доверие клиентов и уважение конкурентов, обеспечивать стабильность поставок и предсказуемость сбытовой политики, иметь возможность выполнять принятые на себя обязательства. Несомненно, что разрозненность поставщиков ограничивает возможности промышленно-

сти влиять на мировые цены. Наличие многочисленных независимых торговых фирм, которые стремятся перехватить сделку друг у друга, способно подорвать стабильность мировых цен на конкретный товар. Особенно это касается крупных рынков (Китай, Индия, Бразилия), которые при наличии нескольких поставщиков устраивают аукционы (тендеры).

Транспортировка продукции потребителям осуществляется как железнодорожным, так и морским и автомобильным транспортом. Основные торговые порты, через которые идет продукция ОАО «Беларуськалий», расположены на Балтийском и Черных морях. Доставка продукции предприятия осуществляется его структурным подразделением – управлением железнодорожных перевозок, имеющем лицензию на транспортно-экспедиционную деятельность и богатый опыт работы в этой области.

В последнее время правительство Беларуси с особой настойчивостью ставит перед производителями задачу повышения эффективности экспорта. ОАО «Беларуськалий» также работает над снижением экспортных издержек. Предприятие имеет прямой договор с Белорусской железной дорогой по перевозке калийных удобрений по территории Беларуси в направлении основных портов – до границы с Литвой, Латвией. Таким образом, при перевозке калия по территории Беларуси предприятие обходится без посредников. Важной мерой повышения эффективности экспортных продаж калия является снижение издержек на транспорт и перевалку удобрений. К примеру, рентабельность производства в первом квартале 2023 года составила 58,3 процента. Когда рентабельность калийного предприятия меньше 40 %, нет смысла заниматься калийным бизнесом.

Одним из основных направлений совершенствования сбытовой деятельности является расширение товаропроводящей сети за счет открытия новых представительств на зарубежных рынках, которые будут заниматься продажами продукции, поиском новым клиентам, заключением договоров, маркетинговыми исследованиями, продвижением продукции на рынок.

Следует расширять товаропроводящую сеть в странах Евросоюза, который ранее был «закрыт» для нашей страны, например, в Норвегии. Каждый год Норвегия потребляет около 6-7 % от общего объема продаж, что достаточно много. Тем более Норвегия входит в Евросоюз, где мы сможем постепенно укреплять свои позиции.

Рассмотрим более подробно дальнейшее развитие и совершенствование товаропроводящей сети на территории Норвегии. Итак, целесообразно открыть представительство предприятия в городе Осло, которое будет заниматься реализацией продукции в Европейских странах.

Выбор данного города в качестве представительства объясняется тем, что, во-первых, он расположен в непосредственной близости к морю, имея международный контейнерный порт, а это означает, что поставки

калия буду относительно дешевыми и быстрыми. Во-вторых, Норвегия находится в Европейском союзе, куда раньше не было доступа для ОАО «Беларуськалий» из-за антидемпинговых санкций. Теперь мы постепенно можем завоевывать рынок Европы. Таким образом, размещение в Осло представительства ОАО «БКК» будет способствовать приближению продавца к потенциальным покупателям, а также позволит обеспечить лучшее обслуживание покупателей, удовлетворение их нужд, также сможет проводить маркетинговые исследования в непосредственной близости к покупателям и нашим конкурентам в Германии.

Задача проекта – продвижение белорусской продукции на рынок Европы.

Численность персонала представительства в Осло составит 5 человек.

Единовременные затраты по открытию составят:

- оформление документов – 3000 долл. США;
- закупка офисной мебели и оргтехники – 10 000 долл. США.

Итого единовременных затрат 13 000 долл. США.

Ежемесячные расходы на содержание:

- расходы на аренду – 5 000 долл. США;
- расходы на оплату труда – 13 800 долл. США.

В том числе:

- заработная плата директора – 3 500 долл. США;
- заработная плата бухгалтера – 3 000 долл. США;
- заработная плата юриста – 2 700 долл. США;
- заработная плата специалиста по переговорам и заключению контрактов – 2 300 долл. США;
- заработная плата специалиста по маркетинговым исследованиям – 2 300 долл. США;
- отчисления, производимые от фонда заработной платы всех представителей (36 % от фонда заработной платы) – 4 970 долл. США;
- транспортные расходы – 3 000 долл. США;
- расходы на оплату коммунальных услуг, услуг связи и техническое обслуживание средств связи – 700 долл. США;
- нормируемые расходы, включенные в состав себестоимости (информационные, консультационные, аудиторские, расходы на подготовку кадров и т. д.) – 500 долл. США.

Итого ежемесячные расходы: 27 970 долл. США.

Время на подготовку документов и открытие представительства – 3-6 месяцев.

Для обоснованного принятия решения о целесообразности открытия представительства предприятия необходимо рассчитать эффективность предложенных мероприятий.

Прогнозируемый рост объема реализации продукции на норвежском рынке в связи с открытием представительства в городе Осло составит 42 % ($110т/260т \times 100\%$) – это отношение всей емкости норвежского рынка калийных удобрений к доле представительства, при условии, что проект будет успешен и представительство сможет поглотить долю конкурентов.

За последние годы средняя выручка от реализации продукции на норвежском рынке составила 70 300 тыс. долл. США.

Таким образом, в результате открытия нового представительства выручка (ΔB) от реализации продукции на зарубежном рынке увеличится на:

$$\Delta B = \text{Взар} \times \% \text{Взар} / 100 = 70\,300 \times 42 / 100 = 29\,526 \text{ тыс. долл. США,}$$

Рентабельность продаж составляет 57 %.

Таким образом, дополнительная прибыль от реализации ($\Delta \text{Пр}^*$) составит:

$$\Delta \text{Пр}^* = \Delta B \times \text{Рпр} / 100 = 29\,526 \times 57 / 100 = 16\,829,8 \text{ тыс. долл. США.}$$

За год сумма текущих расходов ($Zг$) будет равна:

$$Zг = Zе + Zм \times 12 = 13000 \text{ долл. США} + 27\,970 \text{ долл. США} \times 12 \text{ мес.} = 348\,640 \text{ долл. США}$$

Таким образом, уже в первый год работы новое представительство принесет прибыль ($\Delta \text{Пр}$) в размере:

$$\Delta \text{Пр} = \Delta \text{Пр}^* - Z = 16\,829,8 \text{ тыс. долл. США} - 348,64 \text{ тыс. долл. США} = 16\,481,16 \text{ тыс. долл. США.}$$

В результате выручка от реализации калийных удобрений в целом по предприятию увеличится.

Это говорит о достаточно высокой эффективности предлагаемого мероприятия по созданию представительства.

ОАО «Беларуськалий» – вертикально интегрированное предприятие, которое реализует свою продукцию через собственное сбытовое подразделение ОАО «БКК» и его региональные представительства, полностью контролирует процесс товародвижения.

Следовательно, большая роль в повышении конкурентоспособности белорусского производителя калийных удобрений принадлежит созданной одноканальной системе продаж в рамках белорусской сбытовой компании ОАО «БКК». Следует всецело способствовать ее развитию, привлечению к сотрудничеству других производителей калия и международные транспортно-логистические центры.

В целях совершенствования организации системы распределения продукции на предприятии необходимо осуществить комплекс организационно-технических и социально-экономических мероприятий, которые должны обеспечить увеличение объемов реализации продукции на внешних рынках.

Совершенствования рынка сбыта продукции посредством открытия представительства ОАО «БКК» в городе Осло, которое будет заниматься реализацией продукции в Европейских странах.

Уже в первый год работы новое представительство принесет прибыль в размере 16 481,16 тыс. долл. США.

В результате выручка от реализации калийных удобрений в целом по предприятию увеличится. Это говорит о достаточно высокой эффективности предлагаемого мероприятия по созданию представительства.

Список используемой литературы

1. Лагодич, Л.В. Развитие системы менеджмента качества и безопасности продовольствия в Республике Беларусь / Л.В. Лагодич // Агропанорама. – 2019. – № 1. – С. 18–21.

2. Условия и факторы реализации доктрины национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь до 2030 г. / В.Г. Гусаков [и др.] // Весці Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі Сер. аграрных навук. – 2018. – Т. 56, № 3. – С. 263–285.

4. Белорусская калийная компания [Электронный ресурс] / Режим доступа: [http:// www.belpc.by](http://www.belpc.by). – Дата доступа: 10.04.2024.

УДК 159.9.07

ТЕРМИНАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ МАГИСТРАНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Толкач И.Ф., канд. искусствоведения, доцент

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет», г. Минск

Ключевые слова: терминальные ценности, жизненные сферы, магистранты экономических специальностей.

Key words: terminal values, life spheres, Master's students of economic specialties.

Аннотация: Статья посвящена изучению терминальных ценностей в различных сферах жизни магистрантов экономических специальностей. Выявлены низкий, средний, высокий уровни терминальных ценностей по восьми шкалам. Определены средние значения по каждой шкале. Установлены ведущие жизненные сферы.

Summary: The article is dedicated to the study of terminal values in various life spheres of Master's students of economic specialties. Low, medium and high