

## ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

**Яковчиц А.О., магистрант,**

**Корсун Н.Ф., к.э.н., доцент**

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

Ключевые слова: информационные технологии, клиентоориентированность, инвестиции, эффективность, экономия, затраты.

Key words: information technology, customer focus, investment, efficiency, savings, costs.

Аннотация: Обеспечение устойчивого развития агропромышленного комплекса требует динамичной и комплексной его цифровизации. В статье рассматривается использование информационных технологий в сбытовой деятельности предприятия АПК и обоснована экономическая эффективность внедрения CRM-системы на предприятии.

Summary: Ensuring the sustainable development of the agro-industrial complex requires its dynamic and comprehensive digitalization. The article examines the use of information technology in the sales activities of an agro-industrial complex enterprise and substantiates the economic efficiency of implementing a CRM system in the enterprise.

Все отрасли народного хозяйства, включая агропромышленный комплекс, сейчас активно внедряются в экосистему цифровой экономики. В аграрном секторе все шире используются инновации цифрового характера, основанные на применении компьютерной техники, баз данных, проводных и беспроводных сетей, программного обеспечения с широким разнообразием алгоритмов обработки данных для принятия управленческих решений.

Цифровое, «умное» предприятие предполагает полную автоматизацию, улучшение контроля и оптимизацию процессов, гибкое производство и массовую кастомизацию, то есть ориентацию на потребителя [1, с. 22].

Стратегия сбыта, которую выбирает ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат» сегодня на рынке Республики Беларусь является стратегия, нацеленная на увеличение доли рынка и вытеснение предприятий-конкурентов.

Основной стратегической целью развития ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат» должна стать реализация

клиентоориентированной модели ведения бизнеса, позволяющей обеспечивать качественное и своевременное обслуживание клиентов при сохранении рентабельности продаж на достаточно высоком уровне, что невозможно сделать без автоматизации клиентинга и внедрения современной CRM-системы.

Концепция CRM предполагает регулярный сбор и анализ информации о каждом клиенте, реальном и потенциальном: как клиент отреагировал на качество продукции, на оказанную услугу, сервис, доволен ли он качеством продукции и обслуживания, меняются ли его предпочтения со временем и, в конечном итоге, сколько дохода клиент приносит (или мог бы принести) организации. Отслеживаются все стадии отношений с клиентом.

Внедрение CRM-стратегии преследует достижение одной главной цели – увеличению объемов продаж за счет быстрого и качественного обслуживания клиентов ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат».

Цель проектного решения: разработать и внедрить CRM-стратегию на ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат» до конца 2026 года.

Теперь остановимся на выборе программного продукта. В ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат» исходят из цены и функционала CRM-системы. Поэтому наиболее приемлемым вариантом в данном случае было бы приобретение CRM-системы Битрикс24, которая является лучшей по цене и по многим показателям не уступает другим продуктам.

Проведем расчет эффективности внедрения CRM-системы.

Для оценки эффективности внедрения системы «Битрикс24» необходимо рассчитать капитальные и эксплуатационные затраты, определить прирост прибыли (экономии) и рассчитать эффективность.

Единовременные расходы по внедрению информационно-аналитической системы «Битрикс24» представлены в таблице 1.

**Таблица 1. Итоговый расчет единовременных расходов по внедрению CRM- системы «Битрикс24»**

Статьи затрат	Сумма, тыс. руб.
Стоимость программного продукта «Битрикс24»	42,6
Настройка сети для работы системы и настройка системы «Битрикс24»	0,280
Установка сервера	0,768
Закупка сервера для работы программного продукта	5,5
Обучение персонала работе с системой	0,9
Всего	50,0

Следовательно, общая сумма единовременных расходов по внедрению CRM-системы «Битрикс24» составляет 50,0 тыс. руб.

Общие эксплуатационные затраты по функционированию и обслуживанию сети и внедренного программного обеспечения составят 67,4 тыс. руб. или 16,9 тыс. руб. в квартал. Без амортизации сумма затрат составит (в квартал) 16,1 тыс. руб.

В таблице 2 представим экономию от внедрения программного продукта. Стоимость сэкономленного 1 часа работы составляет 20 руб. Стоимость часа взята из расчета минимального норма-часа любой коммерческой структуры, работающей в г. Минске.

Исходя из представленных данных в таблице 2, высвобождение выручки составит в размере 157,8 тыс. руб. в год или 39,4 тыс. руб. в квартал.

**Таблица 2. Экономия от внедрения информационно-аналитической системы «Битрикс24»**

Направления экономии	Ед. изм.	Экономия	Сумма, тыс. руб.
Автоматизация работы работников (единая система)	час/чел.	213	4,3
Снижение затрат на канцелярские принадлежности	тыс. руб.	5,5	5,5
Повышение скорости обработки документов	час/чел.	1870	37,4
Снижение вероятности ошибок при оформлении документов	час/чел.	1630	32,6
Повышение эффективности принятия управленческих решений	час/чел.	1400	28,0
Повышение чистого дохода	тыс. руб.	50	50,0
<b>Итого экономии</b>			<b>157,8</b>

Налог на добавленную стоимость НДС, тыс. руб., рассчитывается в размере 20 % от общей суммы доходов от основной деятельности по формуле 1.

$$\text{НДС} = \text{ДО} \times 0,20 / 1,20. \quad (1)$$

где НДС – налог на добавленную стоимость;  
ДО – доход от основной деятельности.

Налог на добавленную стоимость будет равен:

$$\text{НДС} = 39,4 \times 20 / 120 = 6,6 \text{ тыс. руб.}$$

Основным показателем эффективности внедрения данного программного продукта будет выступать прирост прибыли.

Прирост прибыли в квартал составит:

$$\text{Итого экономия} - \text{налоги из выручки} - \text{эксплуатационные затраты} = 39,4 - 6,6 - 16,9 = 15,9 \text{ тыс. руб.}$$

Экономический эффект от внедрения программного продукта выступает в виде чистой прибыли (ЧП), тыс. руб., определяется как разница между прибылью отчетного года и налогом на прибыль  $H_{\text{пр}}$ , по формуле (2):

$$\text{ЧП} = \text{Пр}_{\text{отч}} - H_{\text{пр}}, \quad (2)$$

где ЧП – чистая прибыль;

$\text{Пр}_{\text{отч}}$  – прибыль отчетного года;

$H_{\text{пр}}$  – налог на прибыль (20 %), тыс. руб.

$$H_{\text{пр}} = \text{Пр}_{\text{отч}} \times 0,20. \quad (3)$$

$$H_{\text{пр}} = 15,9 \times 0,20 = 3,8 \text{ тыс. руб.}$$

$$\text{ЧП} = 15,9 - 3,8 = 12,1 \text{ тыс. руб.}$$

При расчете экономического эффекта от внедрения предложенных мероприятий используются показатели ЧДД и срока окупаемости.

Проект будет рассчитан на 2 года с разбивкой по кварталам. Денежные средства будут привлечены из собственных фондов.

В таблице 3 представим расчет эффективности внедрения программного продукта.

**Таблица 3. Расчет эффективности внедрения CRM-системы «Битрикс24», тыс. руб.**

Показатели	Значение показателя по годам								
	2024	2025				2026			
	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.
Прирост выручки от реализации продукции		39,4	39,4	39,4	39,4	39,4	39,4	39,4	39,4
Инвестиции	50,0								

Показатели	Значение показателя по годам								
	2024	2025				2026			
	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.
Затраты на производство и сбыт (без амортизации)		16,1	16,1	16,1	16,1	16,1	16,1	16,1	16,1
Налоги из выручки		6,6	6,6	6,6	6,6	6,6	6,6	6,6	6,6
Налоги из прибыли		3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8
Итого приток		39,4	39,4	39,4	39,4	39,4	39,4	39,4	39,4
Итого отток		26,5	26,5	26,5	26,5	26,5	26,5	26,5	26,5
Сальдо		12,9	12,9	12,9	12,9	12,9	12,9	12,9	12,9
Коэффициент дисконтирования	1,0	0,969	0,939	0,910	0,882	0,855	0,828	0,803	0,778
ЧДД, тыс. руб.	-50,0	12,50	12,12	11,74	11,38	11,03	10,69	10,36	10,04
ЧДД нарастающим итогом	-50,00	-37,5	-25,38	-13,64	-2,26	8,77	19,46	29,82	39,86
Итого ЧДД		39,86							

Из таблицы 3 видно, что ЧДД проекта равен 39,86 тыс. руб., так как ЧДД больше нуля – проект внедрения «Битрикс24» эффективен. Как видно из таблицы 3 затраты на внедрение «Битрикс24» окупятся в 1 квартале 2026 г.

Обобщая все вышесказанное, отметим, что в условиях сильной конкуренции на рынке использование современных технологий – это уже не просто конкурентное преимущество, а, скорее, жизненная необходимость, исходя из чего, принято решение перевести работу ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат» под управление современной CRM-системы, что несомненно повысит имидж предприятия в лице корпоративных клиентов и физических лиц и укрепит стратегические позиции организации, что в итоге приведет к увеличению продаж и повышению эффективности сбытовой деятельности.

### Список использованной литературы

1. Худякова, Е. В. Цифровые технологии в АПК: учебник / Е. В. Худякова, М. Н. Степаневич, М. И. Горбачев / ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К. А. Тимирязева». – М. : ООО «Мегаполис», 2022. – 220 с.