

**КОМПЛЕКСНАЯ СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ АГРОБИЗНЕСА
В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА ПРИМЕРЕ
ЧАСТНОГО УНИТАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ПО РЕМОНТУ И ОБСЛУЖИВАНИЮ
УЗЛОВ И АГРЕГАТОВ СПЕЦТЕХНИКИ «БОРИСОВСПЕЦРЕМ»**

О.В. Штеер, старший преподаватель, магистр пед. наук

С.В. Куренкова, студентка, 4 курс

*Полоцкий государственный университет имени Евфросинии Полоцкой,
Беларусь*

Аннотация: В данной работе рассматривается разработка комплексной стратегии продвижения компании агропромышленного сектора на примере частного унитарного предприятия «БорисовСпецРем», действующего в условиях современной конкурентной среды Республики Беларусь и оказывающего сервисное обслуживание и ремонт компонентов сельскохозяйственной техники. Проведен анализ особенностей маркетингового позиционирования организаций в аграрном бизнесе. Выполнен SWOT-анализ деятельности предприятия, который позволил выявить ключевые трудности при продвижении услуг на рынке агротехнологий. На основе полученных данных предложены практические рекомендации по формированию эффективной маркетинговой политики, сочетающей инструменты цифрового маркетинга, традиционные офлайн-методы рекламы и системные PR-мероприятия.

Ключевые слова: *агробизнес, продвижение, сельскохозяйственная техника, ремонтно-сервисные услуги, digital-маркетинг, маркетинговая стратегия, Республика Беларусь*

Агробизнес представляет собой вид деятельности, интегрированный в агропромышленный комплекс, и включает процессы, направленные на получение прибыли за счёт удовлетворения потребностей общества в продукции сельского хозяйства. Ключевым элементом функционирования агробизнеса является формирование общего рынка, а его экономическую основу составляют сельскохозяйственные и смежные агропромышленные рынки [1, с. 19]. В Республике Беларусь агробизнес занимает ведущие позиции среди структурных компонентов агропромышленного комплекса, способствуя развитию конкурентоспособных рыночных механизмов внутри отрасли. Прогрессивное развитие этого направления напрямую способствует обеспечению продовольственной безопасности страны и положительно влияет на уровень жизни

населения [2, с. 39]. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, вклад сельскохозяйственного сектора в валовой внутренний продукт оценивается в 6,7 % за 2024 год [3].

Агробизнес охватывает все этапы производственной цепочки – от выращивания растений или животных до хранения сырья и готовой продукции, их последующей переработки и доставки до точек реализации конечному потребителю. Сельское хозяйство характеризуется выраженной сезонностью: загрузка техники, рабочей силы и используемых материалов существенно варьируется в течение года. Например, отдельные агрегаты применяются лишь от 10 до 30 дней ежегодно. Эта особенность отражается на показателях использования материально-технической базы производства и влияет на эффективность задействования земли, человеческих ресурсов и капитальных вложений. В решении ключевых задач особое значение приобретает машинно-технологическая система агропромышленного комплекса, включающая внедрение передовых агроинженерных методов и инновационных технологий в сельскохозяйственном производстве, развитую инженерно-техническую инфраструктуру сервисного обслуживания, а также отрасли, отвечающие за обеспечение АПК техникой и энергетическими ресурсами. Рациональное использование парка сельхозмашин основывается на трех основных положениях: 1) применение современных технических средств как базы прогрессивных методов ведения сельского хозяйства; 2) внедрение эффективных организационно-трудовых моделей и современных систем оплаты труда; 3) создание надежной системы технического сопровождения, обеспечивающей безотказную эксплуатацию техники на протяжении всего жизненного цикла [4, с. 60].

Именно инженерно-техническая сервисная инфраструктура является одним из ключевых факторов устойчивой работы машинно-технологических комплексов. В Республике Беларусь доля стоимости работ, выполняемых различными структурами сервисной поддержки агробизнеса в общем объеме продукции отрасли, по-прежнему не превышает четверти (до 25 %), тогда как в ряде зарубежных стран этот показатель достигает или превышает 40 %. К указанным услугам относятся: выполнение технологических операций при выращивании и сборе урожая; обслуживание и ремонт техники (в том числе гарантийное сопровождение); обеспечение сельского хозяйства топливно-энергетическими ресурсами. В аграрном секторе значительная часть используемых производственных ресурсов приходится на машинно-тракторные комплексы, эксплуатация которых неизбежно приводит к их износу и снижению рабочих характеристик. Рациональная организация системы технического обслуживания техники напрямую влияет на поддержание её работоспособности и эффективность использования. Совершенствование инфраструктуры сервисного сопровождения создаёт оптимальные условия для взаимодействия

всех участников рынка: изготовителей техники, конечных потребителей и посреднических структур. Развитая сеть специализированных предприятий технического сервиса, оснащённых современным оборудованием и обладающих квалифицированным персоналом, является основой стабильного функционирования агропромышленного комплекса [4, с. 62].

В Республике Беларусь создана разветвлённая сеть межрегиональных дилерских технических центров, выступающих посредниками между производителями сельскохозяйственной техники и оборудования и аграрными предприятиями – конечными пользователями машинно-технологических средств и комплектующих. Деятельность этих центров выходит за пределы одного административного района, охватывая несколько районов одновременно. Основной задачей дилерских центров является обеспечение гарантийного и сервисного обслуживания техники различных производителей, что способствует поддержанию высокого уровня эксплуатации оборудования. Так, Частное унитарное предприятие «БорисовСпецРем» (ЧУП «БорисовСпецРем») осуществляет деятельность по ремонту агрегатов сельскохозяйственных машин на территории Минской области. Компания располагает современной материально-технической базой, штатом опытных специалистов и долгосрочным партнёрством с ведущими организациями региона [5]. Для анализа текущих позиций компании на рынке технического сервиса был проведён комплексный SWOT-анализ с последующим определением эффективной стратегии продвижения предприятия.

Таблица 1 – SWOT-анализ ЧУП «БорисовСпецРем»

<p>Сильные стороны (S)</p> <p>Высокая квалификация технического персонала</p> <p>Наличие специализированного оборудования для ремонта спецтехники</p> <p>Многолетний опыт работы на рынке</p> <p>Устойчивая база постоянных клиентов</p> <p>Гибкая ценовая политика</p> <p>Удобное географическое расположение</p>	<p>Слабые стороны (W)</p> <p>Отсутствие системной маркетинговой стратегии</p> <p>Слабое присутствие в цифровом пространстве</p> <p>Недостаточная узнаваемость бренда</p> <p>Ограниченный ассортимент запасных частей</p> <p>Зависимость от сезонности спроса</p> <p>Недостаточное использование CRM-систем</p>
<p>Возможности (O)</p> <p>Рост парка сельхозтехники в регионе</p> <p>Государственная поддержка АПК</p> <p>Увеличение числа фермерских хозяйств</p> <p>Развитие онлайн-каналов продвижения</p> <p>Расширение спектра услуг</p> <p>Партнерство с производителями техники</p>	<p>Угрозы (T)</p> <p>Усиление конкуренции со стороны дилерских центров</p> <p>Экономическая нестабильность</p> <p>Рост цен на запасные части</p> <p>Снижение платежеспособности сельхозпредприятий</p> <p>Изменение технологий ремонта</p> <p>Дефицит квалифицированных кадров</p>

Источник: составлено автором на основании [5].

Анализ конкурентной ситуации на рынке сервисных и ремонтных услуг для аграрного сектора Республики Беларусь выявляет наличие как официальных дилеров ведущих производителей сельскохозяйственной техники, так и независимых ремонтных организаций. Основными проблемами для частного унитарного предприятия «БорисовСпецРем» являются недостаточное информирование целевой аудитории о предлагаемых услугах, отсутствие ярких отличий от конкурентов и слабое присутствие в интернет-пространстве.

На основании результатов SWOT-анализа и детального изучения особенностей рынка агросервисных услуг Беларуси разработан комплекс рекомендаций по формированию эффективной стратегии продвижения предприятия «БорисовСпецРем». Предложенный подход предполагает сочетание цифровых маркетинговых инструментов с традиционными методами коммуникации и PR, что учитывает интересы целевых групп в агробизнесе: 1. Регулярное создание профессионального контента для социальных сетей (Instagram, Youtube, TikTok), включающего примеры успешно выполненных проектов, технические советы и актуальные новости компании. 2. Активное присутствие на специализированных интернет-платформах сельскохозяйственной тематики: регистрация в электронных каталогах сервисных компаний и размещение информации на профильных торговых онлайн-площадках для повышения узнаваемости среди потенциальной аудитории. 3. Применение офлайн-инструментов повышения узнаваемости – установка информационных баннеров вдоль основных автодорог региона, брендинг корпоративного транспорта, создание запоминающегося визуального стиля компании. 4. Взаимодействие с профессиональным сообществом: участие в профильных выставках сельхозмашиностроительной отрасли, установление партнерских отношений с производителями техники, проведение дней открытых дверей для демонстрации возможностей сервиса потенциальным клиентам.

Эффективность указанных мероприятий необходимо оценивать комплексно – по ряду количественных показателей (рост числа обращений клиентов, увеличение среднего чека) и качественных критериев (повышение узнаваемости бренда среди целевой аудитории; укрепление лояльности действующих клиентов; расширение географии предоставления услуг). Для оптимизации работы с клиентской базой рекомендуется внедрить систему управления взаимоотношениями с клиентами (CRM): это позволит структурировать обработку запросов заказчиков и отслеживать результативность различных каналов привлечения новой аудитории.

Одним из ключевых факторов развития становится укрепление статуса надежного технического партнера за счёт демонстрации профессиональных компетенций: публикации экспертных материалов, предоставления квалифици-

рованных консультаций и оперативного реагирования на запросы клиентов. Особое значение имеет организация высокого уровня сервисного сопровождения и послепродажной поддержки, поскольку для аграрного сектора приоритетными являются устойчивые долгосрочные партнёрские отношения.

Планомерное внедрение комплекса маркетинговых инициатив позволяет прогнозировать расширение клиентской базы на 25–30 % в течение первого года реализации стратегии, увеличение объёма выручки на 20–25 % и рост числа повторных обращений примерно на 35–40 %. Инвестиции в продвижение оцениваются как окупаемые в срок от восьми до двенадцати месяцев.

Разработка и практическое воплощение интегрированной маркетинговой стратегии для предприятий агросервисной сферы Республики Беларусь предполагает учёт отраслевой специфики, особенностей целевой аудитории и рыночной конкуренции. Совмещение современных цифровых инструментов с традиционными коммуникационными каналами и мероприятиями по связям с общественностью при условии регулярного анализа эффективности открывает перспективы для ЧУП «БорисовСпецРем» по укреплению позиций на рынке агрокомплекса, повышению узнаваемости бренда и обеспечению стабильного роста бизнеса. Перспективные направления совершенствования маркетинга включают расширение спектра предоставляемых услуг, разработку программ лояльности, активное формирование партнёрских отношений, а также непрерывный мониторинг ожиданий клиентов агропромышленного комплекса.

Список использованных источников

1. Петрович, Э. А. Агробизнес : учебно-методическое пособие / Э. А. Петрович, Л. П. Лазарев, Е. Л. Демитриченко. – Горки : БГСХА, 2013. – 234 с.
2. Гудков, С. В. Современные подходы к экономической сущности агробизнеса / С. В. Гудков // Проблемы экономики. – 2012. – № 1. – С. 39
3. Национальные счета и экономические балансы // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – URL: <https://dataportal.belstat.gov.by/osids/rubric-info/1063233> (дата обращения: 10.02.2026).
4. Климин, Д. И. Совершенствование технического сервиса в Республике Беларусь / Д. И. Климин // Вестник Белорусской государственной сельскохозяйственной академии. – 2019. – №. 2. – С. 60-64.
5. Ремонт и обслуживание узлов агрегатов спецтехники // ЧУП «БорисовСпецРем» – URL: <https://borisovspecrem.by/> (дата обращения: 10.02.2026).