

публики Беларусь, население республики расходует на молочные продукты около 8 % от суммарных потребительских расходов.

На сегодняшний день ассортимент молочной продукции, которую выпускают белорусские предприятия, превышает 1,5 тыс. наименований, из них цельномолочной продукции – более 700, сыров – около 330, сливочного масла – более 30 [3].

Из новых направлений надо отметить поставки около 1700 т несгущенного молока и сливок в Китай. Объемы экспорта выросли в четыре раза. Доля российского рынка составила 79,5 % или 183 тыс. т на сумму 371,4 млн. долларов. В натуральном выражении экспорт сократился на 6,2 %, в стоимостном – на 12,8 % [3].

За пределами СНГ было продано более 8 тыс. т белорусского сухого молока. Более 1600 т поступило в Грузию, более 1500 т – в Монголию, порядка 1100 т – в Оман. В Китай было поставлено около тысячи тонн сухого молока, полтысячи – в Турцию.

В настоящее время происходит усиление концентрации предприятий молочной промышленности и увеличение доли государства путем выкупа акций у физических лиц, присоединения контролируемых государством мелких и убыточных предприятий к более крупным и эффективно работающим, передачи акций, принадлежащих колхозам, государству.

Таким образом, учитывая особенности деятельности (сезонность производства, низкие сроки хранения сырья и высокие требования к его качеству, неравномерная загрузка оборудования), для перерабатывающих предприятий резко возросла экономическая значимость развития логистической деятельности товаропроизводителей АПК.

Литература

1. Юнитер. – Режим доступа: <http://www.uniter.by> – Дата доступа: 25.03.2018
2. Журнал «Белорусы и рынок». – Режим доступа: <http://www.belmarket.by> – Дата доступа: 23.03.2018.
3. Республика Беларусь в цифрах, 2017 г. : стат. Информация / М-во статистики и анализа Республики Беларусь – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа 26.03.2018.

М.О. Цинковская

Научный руководитель – Г.В. Митрофанова

УО «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого»

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ СБЫТА ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГОМСЕЛЬМАШ»)

В условиях нестабильной внешней среды, особое значение в процессе организации и развития предприятия играет сбыт продукции. Сбыт является одним из важнейших факторов существования предприятия, а также главным звеном коммерческой деятельности промышленного предприятия. Он обеспечивает распределение продукции предприятия, непрерывность процесса воспроизводства, регулирует процесс производства в соответствии с параметрами потребностей рынка и удовлетворяет запросы покупателей в высококачественной продукции. Обеспечение эффективности реализационной деятельности во многом зависит от процесса организации системы сбыта продукции на промышленном предприятии.

Целью данной работы является изучение особенностей организации системы сбыта продукции на промышленных предприятиях и разработка путей повышения эффективности сбыта продукции в условиях нестабильной внешней среды.

Сбыт представляет собой систему отношений в сфере товаро-денежного обмена между экономически и юридически свободными субъектами рынка сбыта, реализующие свои коммерческие потребности.

Субъектами рынка сбыта выступают продавцы и покупатели, а объектом сбыта является непосредственно товар в маркетинговом понимании этого слова. Кроме основных участников рынка сбыта, продавцов и покупателей, на нем присутствуют также различные помощники по сбыту – предприятия и фирмы, способствующие функционированию сбытового процесса (банки, транспортные предприятия, рекламные агентства, страховые компании и т.д.). Задача деятелей рынка сбыта состоит в том, чтобы осуществить взаимовыгодный товаро-денежный обмен между продавцом и покупателем. При этом, инициатива остается за предприятием, предлагающим свой товар. Оно должно предлагать товары, соответствующие ожиданиям потребителей и делать это лучше конкурентов. Одновременно производитель должен либо создать собственную систему сбыта, либо учитывать требования посредников, которые и доставляют товар до потребителя в нужное место, в нужное время и в необходимом количестве [1].

Система сбыта продукции весьма важна для предприятия вследствие того, что объем сбыта определяет другие показатели предприятия: величину доходов и прибыли, уровень рентабельности. Кроме того от величины сбыта зависят развитие производства и материально-техническое обеспечение предприятия. Поэтому в процессе сбыта определяется результат работы предприятия, направленный на расширение объемов деятельности предприятия и получение максимальной прибыли.

Итак, в настоящее время проблема управления сбытом продукции является актуальной для предприятия ОАО «Гомсельмаш». Проведенный анализ данных предприятия показал, что на предприятии наблюдается неблагоприятная тенденция изменения основных показателей: объем экспорта в 2016 году уменьшился по сравнению с 2015 годом на 56 %, а в 2015 году по сравнению с предыдущим годом – на 44,2 %. Выручка от реализации продукции в 2016 году сократилась на 33,6 %, а в 2015 году – на 39,6 % по сравнению с предыдущим периодом. Рентабельность реализованной продукции в 2015 году составила 13,9 %, а в 2016 году она сократилась до 5 %.

Государственной программой развития промышленного комплекса Республики Беларусь на период до 2020 года в целях увеличения объема сбыта производимой продукции предусмотрены следующие мероприятия:

1) увеличение качественного уровня продукции, достижение ее соответствия международным стандартам;

2) включение в технику приборов GPS-навигации, GSM-связи, что позволит использовать ее в системах земледелия и максимально адаптировать к требованиям целевых рынков сбыта;

3) переориентация товарных потоков на новые перспективные рынки при закреплении позиции на традиционных рынках;

4) активизация работы по развитию экономического взаимодействия со странами «Дальней дуги» в Азиатском, Латиноамериканском, Ближневосточном и Африканском районах;

5) совершенствование национальной системы экспортного финансирования [2].

Поэтому, по нашему мнению, для увеличения основных объемных показателей деятельности ОАО «Гомсельмаш» система управления сбытом продукции должна быть ориентирована на:

1) участие предприятия на различных ярмарках, выставках, показах;

2) дальнейшее развитие совместного производства (открытие совместных предприятий) в Казахстане и Китае;

3) повышение уровня эффективности созданной товаропроводящей сети, увеличение ее субъектов;

4) повышение уровня технического сервиса (увеличение количества технических центров, расширение услуг покупателям, увеличение срока гарантии);

5) расширение номенклатуры реализуемой техники ОАО «Гомсельмаш»;

6) создание и функционирование системы маркетинга, располагающего информацией о текущей и перспективной конъюнктуре мирового рынка машин и оборудования;

7) расширение сборочных производств в странах СНГ и на перспективных рынках сбыта;

8) организацию мероприятий международного уровня по привлечению прямых иностранных инвестиций, в том числе экономических и инвестиционных форумов, конференций, семинаров и т.д.;

9) создание специализированных промышленных кластеров (группа взаимосвязанных предприятий, взаимодополняющих друг друга и усиливающие конкурентные преимущества отдельных организаций и кластера в целом);

10) организацию прямой доставки продукции предприятия.

Таким образом, систему сбыта на промышленных предприятиях можно определить как комплекс мероприятий предприятия-производителя по созданию, производству и доведению товара до потребителя. При этом суть сбытовой политики предприятия составляют способы правильного доведения товара до потребителей и его реализация. Выделенные пути повышения эффективности системы сбыта продукции на промышленных предприятиях позволят намечать перспективные направления исследования особенностей управления сбытом, которые сводятся к оценке возможных каналов сбыта, выбору коммуникационной стратегии в системе продвижения товара и направлено на увеличение роста объема продаж с целью достижения коммерческого успеха предприятий.

Литература

1. Организация сбыта продукции в условиях нестабильной внешней среды [Электронный ресурс]. – Воронеж: Стукало О.Г., Криволапова Л.В., 2014. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>. – Дата доступа: 05.03.2018.

2. Программа развития промышленного комплекса Республики Беларусь на период до 2020 года [Электронный ресурс]. – Минск: Министерство экономики Республики Беларусь. – 2018. – Режим доступа: – Дата доступа: 02.03.2018.