

5. Установление размера скидок для стимулирования быстрой оплаты. – Режим доступа: https://bstudy.net/710847/ekonomika/ustanovlenie_razmera_skidok_stimulirovaniya_bystroy_oplaty. – Дата доступа: 23.09.2021.
6. Условия договора, побуждающие заплатить раньше. Как сделать скидку без переплаты налогов. – Режим доступа: <https://www.law.ru/article/2851-usloviya-dogovora-pobujdayushchie-zaplatit-ranshe-kak-sdelat-skidku-bez-pereplaty-nalogov>. – Дата доступа: 23.09.2021.
7. Ценовые скидки: условия предоставления скидки и оформление. – Режим доступа: https://www.interexpertiza.ru/press-tsentr/stati-i-publikatsii/nalogi/tsenovye_skidki_usloviya_predostavleniya_skidki_i_oformlenie/. – Дата доступа: 23.09.2021.
8. Готовцева, О. Скидки с отпускных цен у производителей / О. Готовцева. – Режим доступа: <https://ilex.by/skidki-s-otpusknyh-tsen-u-proizvoditelej/>. – Дата доступа: 23.09.2021.

УДК 658.8

ОСОБЕННОСТИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «БМЗ – УКХ «БМК»)

К. А. Степаненко, И. В. Ермонина

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Рассмотрены вопросы сбытовой деятельности предприятия с учетом современных требований рыночной экономики. На примере ОАО «БМЗ – УКХ «БМК» проанализирована сбытовая деятельность предприятия и даны рекомендации по ее улучшению с учетом новой концепции менеджмента, принятой на заводе.

Успех на рынке в продаже того или иного товара зависит не столько от производственных и финансовых возможностей предприятия, сколько от его сбытовой деятельности. Сбытовая деятельность предприятия состоит в том, чтобы доводить товары до потребителя в том месте, в том количестве и такого качества, которые требуются. Задачи сбытовой деятельности включают в себя такие сферы деятельности, как изучение спроса на продукцию и услуги предприятия; формирование заказов потребителей, участие в ассортиментной загрузке производства заказами потребителей; перспективное, текущее и оперативное планирование сбыта [1]–[6].

Белорусский металлургический завод (далее – БМЗ) относится к классу современных заводов типа mini-mill и специализируется на производстве непрерывнолитой и горячекатаной заготовки, проката фасонного, сортового, арматурного для железобетонных конструкций, заготовки трубной, катанки стальной, металлокорда, проволоки стальной различного назначения, горячедеформированных бесшовных труб, стальной фибры. Практически вся продукция БМЗ сертифицирована и полностью соответствует внутренним и европейским стандартам и техническим условиям. По объему товарной продукции БМЗ входит в число пяти крупнейших предприятий республики. Доля завода в валютной выручке, поступающей в страну из-за рубежа, составляет 3,8 %.

За последние пять лет предприятием инвестировано средств на техническое перевооружение, реконструкцию и новое строительство на сумму более 587,2 млн долл. США (ежегодно не менее 100 млн долл. США).

Особенностью сбытовой деятельности БМЗ является то, что в первую очередь руководство БМЗ думает об интересах отечественных производителей. К примеру, Бобруйский шинный комбинат использует исключительно жлобинский корд. Стальной прокат завод отгружает на предприятия г. Минска, г. Гомеля, других городов республики. Отгрузка готовой продукции осуществляется и российским потребите-

лям. Белорусские металлурги стараются во что бы то ни стало удержаться на российском рынке. Поэтому часть продукции отправляется туда без предоплаты. Нельзя нарушать уже установившиеся связи. Было и обычное человеческое стремление помочь стране-соседу. Этими же критериями руководствуются и в отношениях с украинскими партнерами. В результате БМЗ сохранил рынки и не растерял те партнерские, дружеские связи, что складываются годами.

В настоящее время БМЗ осуществляет поставку продукции более чем в 50 стран, 24 из которых являются для предприятия новыми и перспективными. Основные регионы сбыта – Европа и Российская Федерация (см. таблицу).

Отгрузка продукции на экспорт, тыс. \$ США, %

Регион	Отгрузка продукции на экспорт			
	2018 г.	Рейтинг	2017 г.	Рейтинг
Европа	42,1	1	43,4	1
Ближний восток	10,4	3	12,3	3
Африка	7,9	4	6,5	4
СНГ (Украина, Республика Молдова, Российская Федерация)	34	5	30	6
Америка	5,3	6	4,2	5
Юго-Восточная Азия	0,2	7	0,2	7

За все время существования БМЗ металлопродукция поставлялась в более 100 стран мира: Австралию, Европу – 38 стран, Северную Америку – 2 страны, Латинскую Америку – 13 стран, Ближний Восток и Африку – 39 стран, Юго-Восточную Азию – 14 стран, СНГ – 10 стран.

В качестве маркетингового инструмента на БМЗ активно применяется развитие новых каналов сбыта продукции. За последние два года созданы: совместно с германскими фирмами «Белашталь» – совместное предприятие для реализации металлокорда и проката, а для реализации корда в странах СНГ – «Ассоциация производителей металлокорда», успешно развивается сотрудничество с фирмой VAIT (Австрия). Кроме того, в 2017 г. БМЗ расширил собственную товаропроводящую сеть. В мае в Сербии было создано представительство компании Belmet (Австрия) Belmetd.O.O, через которое налажена реализация металлопроката на рынок данной страны.

Благодаря стабилизации ситуации на рынке сырья производство стали на БМЗ вышло на уровень 210 тыс. т в месяц. В пресс-службе прокомментировали, что это позволило получить рост фактически по всем переделам [7].

В структуре продаж товаропроводящей сети (ТПС) основную долю в настоящее время занимает рынок Европы, на который приходится 62,3 % объема реализации. С начала года оживление наблюдается на рынке Российской Федерации, где особенно заметен рост поставок такого вида продукции, как арматура. Доля российского рынка в структуре продаж ТПС составляет 33,1 %.

В настоящее время значительно усиливается интерес руководства ОАО «БМЗ – УКХ «БМК» к усовершенствованию традиционных концепций менеджмента в связи с объективной необходимостью системного подхода в практике управления, все более широкого распространения систем управления, которые строятся на основе гибких экспертных решений, ранжирования стратегических задач и предназначаются для условий существенной нестабильности внешней среды.

В число основных задач входят: выбор целевых рынков или сегментов, дифференциация продукции, определение финансовых затрат на создание, производство нового вида продукции, модификацию уже существующей продукции с учетом требований конкретных покупателей, определение финансовых затрат на сбыт продукции, исчисление издержек производства на единицу продукции, определение уровня цены продукции и оценка эффективности (рентабельности) производства и сбыта продукции.

Таким образом, завод и далее намерен придерживаться выбранной концепции, изготавливать и экспортировать товар в различные страны.

В качестве рекомендаций по улучшению сбытовой деятельности БМЗ предлагается: совершенствование работы товаро-проводящей сети, развитие и расширение сбытовой сети. Совершенствуя товаро-проводящую сеть, преимуществом предприятия становится снижение издержек. Одними из основных издержек являются издержки на коммерческие расходы на транспортировку. Создавая новое логистическое совместное предприятие – «Транспортно-экспедиционную компанию» на базе ТУП «Металлургтранс» со своим тарифом, БМЗ сокращает свои издержки, тем самым может доставлять свою продукцию и расширять свою сбытовую сеть без лишних затрат.

БМЗ производит продукцию не только для различных предприятий, но и для физических лиц. Открывая свой торговый дом в городе с ведущим специалистом, количество покупателей увеличивается, что приводит к увеличению реализованной продукции.

Литература

1. Снабженческо-сбытовая деятельность / Т. Н. Байбардина [и др.]. – М. : Техноперспектива, 2004. – 319 с.
2. Кольган, М. В. Управление сбытовой деятельностью производственного предприятия: понятие и основные тенденции / М. В. Кольган, Ю. С. Пристанкова // Концепт. – 2017. – Т. 11. – С. 3176–3180.
3. Кольган, М. В. Основные методы формирования спроса и стимулирования сбыта продукции на предприятии / М. В. Кольган, Ю. С. Пристанкова // Концепт. – 2018. – Т. 11. – С. 3161–3165.
4. Бреусова, Е. А. Сбытовая политика в деятельности современной организации / Е. А. Бреусова, Е. В. Смирнова // Концепт. – 2018. – Т. 17. – С. 203–206.
5. Шкурко, П. А. Управление каналами сбыта / П. А. Шкурко, Е. С. Филимонова // Актуал. вопросы экон. наук. – 2017. – № 54. – С. 59–62.
6. Кулинич, И. Ф. Семь факторов успеха акций по стимулированию сбыта / И. Ф. Кулинич // Индустриальный и В-2-В маркетинг. – 2018. – № 2. – С. 114–119.
7. Электронные новости Беларуси БелТА / А. Бельзецкий. – Режим доступа: <https://www.belta.by>. – Дата доступа: 03.03.2021.

УДК 338.2

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА КАК УСЛОВИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А. А. Корень

Академия управления при Президенте Республики Беларусь, г. Минск

Экономическая безопасность страны и промышленности находится в непосредственной взаимосвязи. В связи с этим стратегические планы социально-экономического развития могут послужить базой для определения оценочных показателей экономической безопасности и их пороговых значений на уровне организаций промышленности.