

*Е. А. Морозова**katherinepetrova76@gmail.com**М. Н. Андриянчикова**magistr@gsu.by**Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого, Республика Беларусь*

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ И СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ

В данной статье проанализирована сбытовая деятельность предприятия ОАО «СветлогорскХимволокно». На примере данного предприятия выделены основные факторы эффективной производственной деятельности и описаны способы её улучшения.

Реализация готовой продукции – это заключительный этап движения продукции в организации. Целями данного этапа являются: увеличение доходов, сокращение товарных остатков, и, при необходимом уровне рентабельности, получение прибыли [1].

При анализе процессов реализации продукции, исследуется номенклатура продукции, ее состав и структура, выполнение плана реализации продукции, динамика объемов реализации продукции, рынки сбыта и рентабельность реализованной продукции.

ОАО «СветлогорскХимволокно» специализируется на выпуске полиэфирных текстильных нитей, нетканых материалов (спанбел, акваспан, дублированный нетканый материал, иглопробивное, объемное полотно), углеродных волокнистых материалов, арселоновой продукции (нити, ткани, волокна), полипропиленовой продукции (нити, ткани, мешки, биг-беги, контейнеры специализированные (вагонные вкладыши), шпагат), трикотажных полотен и др.

Предприятие имеет следующую структуру произведенной продукции:

- химические волокна – 42,96%;
- материалы нетканые и изделия из них (кроме одежды) – 19,67%;
- минеральные неметаллические продукты – 11,94%;
- мешки и упаковочные пакеты – 8,57%;
- нити из химических филаментных нитей комплексные или крученые – 7,02%.

Наибольший удельный вес занимают химические волокна, нетканые материалы и изделия из них, а также минеральные неметаллические продукты. Для определения эффективности структуры произведенной продукции, необходим последующий анализ.

Оценка выполнения плана реализации продукции ОАО «СветлогорскХимволокно» за 2016-2018 гг. представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Выполнение плана реализации продукции ОАО «СветлогорскХимволокно» за 2016-2018 гг.

Вид продукции	Выполнение плана, %			отклонение, +/-	
	2016	2017	2018	2017/2016	2018/2017
1	2	3	4	5	6
Нить полиэфирная	102	100,3	100,0	-1,7	-0,3

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5	6
Нетканый материал СпанБел	102	100,1	100,9	-1,9	0,8
Нить полипропиленовая	158	115,2	121,9	-42,8	6,7
Шпагат полиолефиновый	105	100,9	102,7	-4,1	1,8
Мешки полипропиленовые	127	106,4	123,4	-20,6	17
Арселоновая продукция	109	112,1	106,4	3,1	-5,7
Углеродные материалы	90	103,9	100,3	13,9	-3,6
Трикотажное полотно	98	87,1	100,0	-10,9	12,9
ВСЕГО по предприятию (промышленная группа)	105	103,6	104,8	-1,4	1,2

Примечание – Разработано автором на основе примечаний к бухгалтерской отчетности.

Данные таблицы свидетельствуют, что план реализации продукции ежегодно выполняется. Кроме того, в большинстве случаев он перевыполняется, что ведёт к увеличению уровня продаж. Наибольшее перевыполнение плана наблюдается у полипропиленовых мешков – 23,4% и нити полипропиленовой – 21,9%.

Динамика объема реализации продукции ОАО «СветлогорскХимволокно» за 2016-2018 гг. представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Динамика объема реализации продукции ОАО «СветлогорскХимволокно» за 2016-2018 гг.

Вид продукции	Значение по периодам			Темп изменения	
	2016	2017	2018	2017/2016	2018/2017
Нить полиэфирная, тн	29 814	28 938	29 007	97,1	100,2
Нетканый материал СпанБел, тн	11 874	11 850	11 486	99,8	96,9
Арселоновая продукция, тн	304	360	385	118,4	106,8
Нить полипропиленовая, тн	128	114	78	89,1	68,4
Мешки полипропиленовые, тыс. шт	14 493	13 483	14 835	93,0	110,0
Углеродные материалы, тн	91	106	111	116,5	104,7
Трикотажное полотно, тн	936	892	878	95,3	98,3

Примечание – Разработано автором на основе примечаний к бухгалтерской отчетности.

Данные таблицы показывают, что рост объемов реализации в 2018 году по сравнению с 2017 годом наблюдался по полипропиленовым мешкам – 10%, арселоновой продукции – 6,8% и углеродным материалам – 4,7%. Отрицательную динамику показывает нить полипропиленовая, снижение которой в 2018 году по сравнению с 2017 годом произошло на 32,6%.

Рентабельность реализованной продукции показывает, какую сумму прибыли получает предприятие с каждого рубля проданной продукции. Анализ рентабельности основных видов продукции ОАО «СветлогорскХимволокно» за 2016-2017 гг. представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Рентабельности основных видов продукции ОАО «СветлогорскХимволокно» за 2016-2017 гг.

Наименование продукции	Рентабельность, %		отклонение, +/- 2017/2016
	2016	2017	
Нить п/э текстильная	-1,2	-1,9	-0,7
Материал нетканый СпанБел	5,4	9,0	3,6
Ткань углеродная	24,7	26,8	2,1
Арселоновая нить	21,6	22,9	1,3
Биг-Бэг	3,3	0,2	-3,1

Примечание – Разработано автором на основе примечаний к бухгалтерской отчетности.

Таким образом, наименьшую рентабельность имеет текстильная нить, которая занимает большой удельный вес. Наибольшую рентабельность имеет следующая продукция:

- ткань углеродная – 26,8%;
- арселоновая нить – 22,9%;
- материал нетканый СпанБел – 9%.

Исходя из этого, следует, что предприятию необходимо увеличить удельный вес высокорентабельной продукции и уменьшить вес низкорентабельной для повышения эффективности предприятия.

Экспорт – вид внешнеэкономической деятельности, направленный на продажу товаров и услуг за рубеж [2]. Экспорт товаров позволяет увеличивать продажи, следовательно, и увеличивать прибыль. Благодаря экспорту, предприятие увеличивает свою долю на рынке, тем самым уменьшая финансовые риски.

Предприятие экспортирует продукцию в более чем 30 стран. Объем реализованной продукции на экспорт в 2018 году составляет 100,2 млн. долларов США. Необходимо определить, какая продукция пользуется большим спросом, а какая меньшим для формирования производственной программы и ведения эффективной политики продаж.

Наибольшую рентабельность имеют углеродные материалы, однако в Китае их рентабельность составляет минус 15%. Это объясняется тем, что предприятие имеет разный диапазон цен на продукцию в зависимости от страны-потребителя. В Китае рынок химических волокон широкий, поэтому цена на продукцию ниже, в связи с чем и низкая рентабельность.

Нить полиэфирная показывает неоднозначный результат. Например, в Бельгии и в России рентабельность имеет положительное значение, а в других странах – отрицательное. Для того, чтобы избежать убытков и получить максимальную прибыль, предприятие должно ориентироваться в сторону стран, имеющих положительную рентабельность, а

также уменьшать производство нитей до уровня, обеспечивающего потребности постоянных потребителей. Также следует увеличить производство СпанБел и углеродных материалов, поскольку они пользуются большим спросом на внешнем рынке. Экспорт продукции по странам представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Экспорт основной продукции по странам за 2017 год

Страна	Вид продукции	Количество, тн.	Сумма, тыс. долл. США	Рентабельность продукции, %
Бельгия	Нить полиэфирная	78,8	161,1	14,1
Германия	Спанбел	373,3	743,4	10,0
Китай	Углеродные материалы	11,8	1 014,4	-15,0
Германия	Арселоновая продукция	230,0	6 308,4	22,1
Италия	Нить полиэфирная	1 155,7	1 948,7	-4,0
Казахстан	Углеродные материалы	0,3	51,8	44,5
Ю. Корея	Углеродные материалы	6,3	799,1	12,5
Польша	Нить полиэфирная	2 591,6	5 387,3	-6,1
Польша	СпанБел	895,2	1 707,1	6,2
Словакия	Нить полиэфирная	700,6	1 157,8	-8,3
Словакия	СпанБел	247,4	529,1	15,3
Россия	Углеродные материалы	73,4	10 906,4	30,2
Россия	СпанБел	5 048,3	9 478,0	7,7
Россия	Нить полиэфирная	12 091,8	23 842,7	5,4

Примечание – Разработано автором на основе отчетности.

Результатом анализа является факт того, что большинство реализуемой продукции является низкорентабельной. Предприятию следует увеличить долю СпанБела и углеродных материалов в производственной программе. Кроме того, необходимо провести более подробный анализ рынков сбыта и сконцентрироваться на тех, которые приносят максимальную прибыль при минимальных затратах.

Литература

1. Реализация продукции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://glavkniga.ru/situations/k504984>. – Дата доступа: 17.09.2022.

2. Экспорт продукции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.banki.ru/wikibank/eksport/>. – Дата доступа: 17.09.2022.

УДК 331.101.3

В. В. Федотова

victoria.fedotowa@gmail.com

Белорусский государственный университет, Республика Беларусь

МОТИВАЦИОННОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ПОКОЛЕНИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ

В статье представлены ключевые выводы о потребностях и ценностях поколенческих групп в Республике Беларусь, а также сформулированы ключевые рекомендации относительно инструментов мотивационного стимулирования работников, относящихся к различным поколениям.

Трудовые ресурсы играют ключевую роль в реализации инициатив, призванных обеспечить эффективность деятельности организаций в Республике Беларусь. В этой связи важно предоставить работникам организаций возможности для реализации их карьерных устремлений и создать для них оптимальные условия работы.

В 90-х годах XX века американскими учеными Уильямом Штраусом и Нейлом Хоувом была разработана теория, демонстрирующая соответствующие особенности поколений. Поколение – это общественная группа людей, родившихся в один хронологический промежуток времени, которые росли в аналогичных условиях [1]. Поколение характеризуют следующие признаки: общность жизненного опыта, ценностные ориентации; хронологический период, в течение которого действует данное поколение. В рамках данной теории авторы выделяют следующие поколения: поколение беби-бумеров (1944–1963), поколение X (1964–1984), поколение Y (1985–2000) и поколение Z (2001–2023). Анализ информационных источников показал, что существуют различия в границах временных периодов поколений. Как правило, границы отличаются в диапазоне трех лет. Временные диапазоны, к которым относятся поколения, зависят от рассматриваемого региона, страны. В данном исследовании используются временные диапазоны поколений согласно значениям, характерным для постсоветских стран.

Рассмотрим распределение поколений с точки зрения структуры трудоспособного населения Республики Беларусь (рисунок 1). Исходя из анализа численности и возрастной структуры страны можно выделить две наиболее многочисленные группы – «Поколение X» и «Поколение Y», они составляют 85,90 % от числа трудоспособного населения.

Поколение Z – это молодые люди, которые только вышли на рынок труда, их доля составляет 9,74 %. Поколение Беби-бумеров постепенно переходит в пенсионный возраст, как следствие, вскоре эта группа перестанет относиться к трудоспособной категории граждан. Численный объем поколения X также будет уменьшаться, при этом его доля среди экономически активного населения будет оставаться значительной. Состав поколения Y в целом останется стабильным. Доля поколения Z увеличится, по оценкам экспертов она составит около 25 % к 2025 году.