

ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ УЛУЧШЕНИЯ СБЫТА ПРОДУКЦИИ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Д. С. Бродиневская

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

Научный руководитель Е. П. Пономаренко

Исследовано значение сбыта продукции в деятельности промышленного предприятия. Проведен анализ сбытовой деятельности ОАО «Гомельский литейный завод «Центролит», выявлены проблемы, влияющие на показатели сбыта, и разработаны рекомендации по их устранению.

Ключевые слова: выручка, оборачиваемость, промышленное предприятие, сбытовая деятельность, рентабельность.

Современная динамично развивающаяся экономика приводит к тому, что предприятия вынуждены постоянно совершенствовать свою хозяйственную деятельность. В условиях усиления конкурентной среды и снижения покупательской способности предприятию необходима эффективная сбытовая деятельность. Сбытовая деятельность является завершающей стадией в процессе деятельности предприятия по производству и доведению готовой продукции до потребителя. Продукция или услуга, произведенная предприятием, должна быть продана оптимальным образом, т. е. с учетом всех предпочтений и пожеланий клиентов и с получением наибольшей выгоды. Поэтому главная задача любого предприятия – совместить желания клиентов и собственные цели.

Цель исследования – определить значение сбыта продукции для промышленного предприятия, проанализировать показатели сбытовой деятельности исследуемого предприятия, выявить проблемы и пути их решения.

Сбыт продукции – это один из аспектов коммерческой деятельности промышленного предприятия. Сбыт является средством достижения поставленных целей предприятия и завершающим этапом выявления вкусов и предпочтений покупателей.

В современных рыночных условиях с постоянно усиливающейся конкуренцией перед каждой организацией стоит задача выбора наиболее эффективных каналов сбыта продукции и их оптимизации. Эти стратегические меры отнесены к области стратегических решений, влияющих на конкурентную устойчивость компании. Сбыт продукции для предприятия важен, так как объем сбыта определяет другие показатели предприятия (величину доходов, прибыль, уровень рентабельности). Кроме того, от сбыта зависят производство и материально-техническое обеспечение. Таким образом, в процессе сбыта окончательно определяется результат работы предприятия, направленный на расширение объемов деятельности и получение максимальной прибыли. Регулируя сеть продаж и сервис до и после покупки готовой продукции или услуг, производитель увеличивает свои шансы быть конкурентоспособной компанией на данном рынке.

Проанализируем состояние сбытовой деятельности в ОАО «Гомельский литейный завод «Центролит», оценив динамику объема сбыта, показателей оборачиваемости готовой продукции и рентабельности основной текущей деятельности предприятия (табл. 1–3).

Как видно из табл. 1, в 2021 г. выручка от реализации продукции увеличилась на 15,7 %, в то время, как объем произведенной продукции увеличился на 13,2 %,

т. е. темп роста выручки опережает темп роста объема произведенной продукции на 2,5 %. Такую ситуацию следует оценить положительно, поскольку она способствует снижению запасов готовой продукции. В 2020 г. оба показателя снизились, причем темп снижения выручки был больше.

Таблица 1

**Динамика объемов производства и реализации продукции
ОАО «Гомельский литейный завод «Центролит» за 2019–2021 гг.**

Показатели	Значение по годам			Темп изменения, %	
	2019	2020	2021	2020 к 2019	2021 к 2020
Объем производства продукции в действующих ценах (без НДС), тыс. руб.	31848	30130	34119	94,6	113,2
Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	31562	29599	34259	93,8	115,7
Уровень товарности, коэф. (2/1)	0,99	0,98	1	98,9	1,02

Уровень товарности показывает отношение реализованной продукции к объему произведенной продукции. На исследуемом предприятии уровень товарности производства колеблется от 0,98 до 1, что свидетельствует о востребованности производимой продукции.

Таблица 2

**Динамика показателей оборачиваемости готовой продукции
ОАО «Гомельский литейный завод «Центролит» за 2019–2021 гг.**

Показатели	Значение по годам			Темп изменения или отклонение, %	
	2019	2020	2021	2020 к 2019	2021 к 2020
Средние запасы готовой продукции, тыс. руб.	1778	1871	1572	105,2	84,0
Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	31562	29599	34259	93,8	115,7
Коэффициент оборачиваемости готовой продукции (2/1)	17,75	15,82	21,79	-1,93	5,97
Продолжительность одного оборота готовой продукции, дни (1/2 · 365)	20,56	23,07	16,75	2,51	-6,32

Коэффициент оборачиваемости отражает количество оборотов запасов готовой продукции в течение исследуемого периода времени, а продолжительность одного оборота – количество дней в среднем, проходящих от момента выпуска готовой продукции из производства до ее реализации. По данным табл. 2 можно сделать вывод о том, что увеличение интенсивности сбытовой деятельности предприятия наблюдается только в 2021 г. Об этом свидетельствует увеличение коэффициента оборачиваемости.

мости готовой продукции на 5,97 в 2021 г. При этом продолжительность одного оборота готовой продукции по сравнению с 2020 г. сократилась на 6,32 дня.

Таблица 3

**Динамика показателей эффективности сбытовой деятельности
ОАО «Гомельский литейный завод «Центролит» за 2019–2021 гг.**

Показатели	Значение по годам			Темп изменения или отклонение, %	
	2019	2020	2021	2020 к 2019	2021 к 2020
Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	31562	29599	34259	93,8	115,7
Полная себестоимость реализованной продукции (с учетом управленческих расходов и расходов на реализацию), тыс. руб.	30978	29384	34008	94,9	115,7
Прибыль от реализации продукции, тыс. руб.	584	215	251	36,81	116,7
Рентабельность реализованной продукции, % (3/2 · 100)	1,9	0,73	0,74	-1,17	0,01
Рентабельность продаж, % (3/1 · 100)	1,8	0,73	0,73	-1,07	0

Данные табл. 3 свидетельствуют о том, что ОАО «Гомельский литейный завод «Центролит» имеет достаточно низкий уровень рентабельности, который на протяжении 2019–2021 гг. имел тенденцию снижения. Только по показателю рентабельности реализованной продукции в 2021 г. наблюдается небольшая положительная динамика.

Таким образом, в 2020 г. в ОАО «Гомельский литейный завод «Центролит» наблюдалась негативная тенденция изменения всех показателей, характеризующих сбытовую деятельность предприятия. В 2021 г. ситуация несколько улучшилась, однако эффективность сбытовой деятельности по-прежнему осталась достаточно низкой. По нашему мнению, причиной этому является высокий уровень затратности производства, определяемый применяемыми техникой и технологией производства.

В табл. 4 обозначены характерные для предприятия проблемы, влияющие на объем и эффективность сбыта, и пути их решения.

Таблица 4

**Проблемы, влияющие на объем и эффективность сбыта продукции
в ОАО «Гомельский литейный завод «Центролит», и пути их решения**

Проблемы	Пути решения
Низкая мотивация менеджеров по продажам	Разработка системы мотивации сотрудников
Низкий технический уровень производства	Обновление и модернизация оборудования
Низкий уровень обслуживания клиентов	Обучение менеджеров путем повышения квалификации

Практическая реализация представленных предприятием мероприятий позволит увеличить объем сбыта и, как следствие, ускорить оборачиваемость запасов готовой продукции; сократить запасы готовой продукции на складах; повысить уровень рентабельности сбытовой деятельности.

Литература

1. Болт, Г. Дж. Практическое пособие по управлению сбытом / Г. Дж. Болт ; под науч. ред. Ф. А. Крутикова. – М. : Экономик, 2016. – 179 с.
2. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>.
3. Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>.

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС В ТУРИЗМЕ

У. Д. Кот

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

Научный руководитель И. В. Рачкова

Рассмотрено развитие туризма посредством интернета и информационных технологий. Сформированы основные проблемы использования виртуального бизнеса.

Ключевые слова: электронный бизнес, туризм, интернет, электронная коммерция, web-сайт.

Электронный бизнес вовлекает в свою сферу большие массы продавцов и покупателей. Обороты торговли онлайн исчисляются миллиардами долларов.

Бизнес в электронном мире (виртуальный бизнес) подчиняется универсальному закону экономии времени, сущность которого заключается в ликвидации и минимизации ненужных затрат времени. Возможность заказать товар в Интернете, оплатить его и получить в удобное время, в удобной форме, не выходя из дома – существенные преимущества электронной коммерции для клиента, конкретное выражение экономии его драгоценного времени.

Электронная коммерция – термин, используемый для обозначения коммерческой активности в сети Интернет. Предоставляет возможность осуществления покупок, продаж, сервисного обслуживания, проведения маркетинговых мероприятий путем использования компьютерных сетей. Термин «электронная коммерция» объединяет в себе множество различных технологий. Таким образом, электронную коммерцию можно охарактеризовать как ведение бизнеса через Интернет. В последнее время наблюдается тенденция подключения дополнительных решений электронной коммерции. В аукционные системы добавляются платежные системы и решения по авторизации пользователей.

Туризм становится одной из самых популярных форм электронной коммерции за счет продажи авиабилетов онлайн. К таким выводам пришли специалисты IDC (Центр систем идентификации) в результате исследования, посвященного туристической отрасли. Выяснилось, что 75 % туристических ресурсов в Интернете заняты продажей авиабилетов, поскольку это довольно стандартная услуга, в то время как выбор отеля в большей степени зависит от персональных предпочтений, а услуги фирм по прокату автомобилей тяжело продавать через Интернет в силу доступности множества купонов и скидок. Как считают специалисты IDC, как только люди при-