

Негативные тенденции, обострившиеся в связи с последствиями мирового финансово-экономического кризиса и социально-политических реалий, обуславливают необходимость и целесообразность совершенствования инновационной стратегии развития и концепции внешнеэкономической политики Республики Беларусь. Однако, инвестиции в образование и научные исследования должны оставаться приоритетами в государственной политике.

Литература

1. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 гг. / Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P32100292>.
2. Барейша, А. Перспективы развития экономики знаний в Республике Беларусь / А. Барейша // Наука и инновации. – 2018. – № 3. – С. 68–73.
3. UIS statistics: Science, technology and innovation. – Mode of access: <http://data.uis.unesco.org/index.aspx?queryid=74#>. – Date of access: 30.03.2023.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Д. А. Шпанькова

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

Научный руководитель Е. П. Пономаренко

Даны рекомендации по использованию скидок в целях увеличения объема сбыта промышленной продукции. Экономическое обоснование шкалы скидок в зависимости от объема продаж проведено на основании практических данных ОАО «Гомельский завод литья и нормалей». Внедрение предлагаемой системы скидок в практическую деятельность предприятия позволит увеличить объемы заказов и, как следствие, выручку и прибыль от реализации продукции.

Ключевые слова: сбытовая деятельность, эффективность управления сбытом, система скидок.

Сбытовая деятельность играет важную роль в функционировании любого промышленного предприятия. От того, насколько эффективно она организована, зависит не только прибыльность компании, но и ее конкурентоспособность на рынке. В условиях современной экономики, когда конкуренция становится все более жесткой, повышение эффективности управления сбытом становится одним из ключевых факторов успешной деятельности предприятия. Целью данного исследования является разработка рекомендаций по повышению эффективности управления сбытовой деятельностью ОАО «Гомельский литейный завод литья и нормалей». Для достижения данной цели будет проведен анализ выручки от реализации продукции и затрат на ее производство, что позволит выявить оптимальный размер скидки и требуемый объем продаж.

Идея принятия универсальной политики цен на все случаи и на все времена является экономической утопией, так как мир бизнеса динамичен и сложен. Всегда целесообразно иметь работоспособную концепцию ценообразования для адаптации к изменяющимся производственно-экономическим условиям. Главным инструментом ценовой политики промышленных предприятий является система скидок, так как не всем покупателям подходит одинаковая цена из прейскуранта и не для каждой ситуации она идеальна. Часто выбор скидок осуществляется без достоверной инфор-

мации и рационального мышления, а представляет собой комбинацию догадок и произвольных суждений, которые редко подвергаются надежной верификации. Это может приводить к сокращению производства и прекращению бизнеса. Занижение продажных цен также может вызвать резкое падение финансовых показателей и неадекватную реакцию рынка на товарную интервенцию.

Согласно п. 10 Инструкции о порядке установления и применения регулируемых цен (тарифов), утвержденной постановлением Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 06.08.2021 г. № 55, производители (импортеры) при реализации товаров (выполнении работ, оказании услуг) могут предоставлять покупателям (заказчикам) скидки с отпускных цен (тарифов) [1]. В целях увеличения объемов заказа и, как следствие, выручки от реализации продукции промышленным предприятиям целесообразно рассмотреть вариант предоставления покупателям скидки в зависимости от объема приобретаемой ими единовременно партии готовой продукции. Для того чтобы предоставление скидки было экономически выгодно для самого предприятия, необходимо чтобы прибыль при цене со скидкой и новым объемом продаж была не меньше, чем при начальных значениях цены и уровня продаж.

Для расчета требуемого объема продаж экономисты предлагают использовать формулу (1) [2]:

$$\text{Требуемый объем продаж со скидкой} = \frac{\text{маржинальная прибыль}}{\left(1 - \frac{K_{\text{пер}} \cdot K_3}{\left(1 - \frac{\text{скидка}}{100}\right)}\right)}, \quad (1)$$

где маржинальная прибыль – это выручка от реализации продукции за вычетом переменных затрат для производственного предприятия; $K_{\text{пер}}$ – коэффициент, показывающий удельный вес переменных затрат в себестоимости реализованной продукции; K_3 – коэффициент затрат на 1 руб. реализованной продукции.

Рассмотрим методику экономического обоснования величины скидок, используя данные ОАО «Гомельский завод литья и нормалей». Исходные данные для расчетов представлены в табл. 1.

Таблица 1

Исходные данные для расчета требуемого объема продаж со скидкой на примере данных ОАО «Гомельский литейный завод литья и нормалей» за 2021 г.

Показатели	Алгоритм расчета (источник информации)	Значение
Объем партии заказа, тыс. руб.	Данные предприятия	1225
Удельный вес переменных затрат в себестоимости реализованной продукции, коэф.	Переменные затраты / себестоимость реализованной продукции 1015 / 1 602	0,63
Затраты на 1 руб. реализованной продукции, коэф.	Себестоимость реализованной продукции / выручка от реализации продукции 1602 / 1709	0,94

Окончание табл. 1

Показатели	Алгоритм расчета (источник информации)	Значение
Величина переменных затрат, тыс. руб.	Ст. 1 * Ст. 2 * Ст. 3	725
Маржинальная прибыль, тыс. руб.	Ст. 1–4	500

Примечание. Разработано автором на основе отчетной документации ОАО «Гомельский завод литья и нормалей».

Предположим, что предприятие планирует предоставлять своим покупателям дифференцированные скидки в размере 8, 10 и 12 %.

Определим требуемый объем продаж со скидкой 8 %:

$$\text{Требуемый объем продаж со скидкой} = \frac{50_0}{\left(1 - \frac{0,63 \cdot 0,94}{\left(1 - \frac{8}{100}\right)}\right)} = 1403 \text{ тыс. руб.} \quad (1)$$

Рассчитаем выручку, исходя из требуемого объема продаж по формуле (2):

$$\text{Выручка} = \text{требуемый объем продаж со скидкой} / (1 - 8\%) / 100\%. \quad (2)$$

$$\begin{aligned} \text{Выручка от реализации продукции со скидкой } 8\% &= (1 \cdot 403 / (1 - 8\%) / 100\%) = \\ &= 1525 \text{ тыс. руб.} \end{aligned}$$

Рассчитаем переменные затраты по формуле (3):

$$\text{Переменные затраты} = \text{выручка от реализации продукции} * K_{\text{пер}} * K_3 \quad (3)$$

$$\text{Переменные затраты} = (1525 \cdot 0,63 \cdot 0,94) = 903 \text{ тыс. руб.}$$

Результаты расчета финансовых показателей предприятия после предоставления дифференцированной скидки в 8, 10, 12 представлены в табл. 2.

Таблица 2

**Показатели деятельности ОАО «Гомельский завод литья и нормалей»
с учетом введения дифференцированных скидок**

Показатель	Величина скидки, %			
	0	8	10	12
Желаемый прирост маржи, %	0	0	5	10
Требуемый объем продаж (выручки) со скидкой (округленный), тыс. руб.	1230	1500	1550	1610
Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	1709	1525	1723	1789

Окончание табл. 2

Показатель	Величина скидки			
	0	8	10	12
Переменные затраты, тыс. руб.	1015	903	1020	1059
Маржинальная прибыль, тыс. руб.	500	500	525	550

Примечание. Разработано на основе документации ОАО «Гомельский завод литья и нормалей».

Таким образом, из табл. 2 видно, что если желаемый прирост маржи равен 5 %, то для достижения такого прироста необходимо предоставить скидку в размере 10 %, и тогда маржинальная прибыль составит 525 тыс. руб. Если же желаемый прирост маржи составляет 10 %, то для достижения такой цели необходимо предоставить скидку в размере 12 %, и маржинальная прибыль составит 550 тыс. руб.

Также в таблице представлены объемы продаж со скидкой, необходимые для достижения заданных целей. Например, для достижения прироста маржи в 5 % при скидке в 10 % необходимо реализовать продукцию на сумму 1723 тыс. руб. со скидкой.

Рассчитаем экономический эффект от введения дифференциальной скидки в 12 % по формуле (4):

$$\begin{aligned} \text{Экономический эффект} &= \text{маржинальная прибыль от продажи со скидкой} - \\ &- \text{маржинальная прибыль о продажи без скидки.} \end{aligned} \quad (4)$$

$$\text{Экономический эффект} = 550 - 500 = 50 \text{ тыс. руб.}$$

Обоснование экономического эффекта от введения системы скидок представлено в виде показателей до и после проведения мероприятия в таблице 3.

Таблица 3

Изменение экономических показателей после проведения мероприятия с учетом максимальной скидки в 12 %

Наименование показателей	До	После	Относительное отклонение, %
Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	1 709	1 789	104,7
Маржинальная прибыль, тыс. руб.	500	550	110

Примечание. Разработано на основе данных табл. 1, 2.

Исходя из табл. 3, можно сделать вывод о том, что введение скидки на продукцию привело к увеличению выручки от реализации и прибыли на 4,6 и 10 %, соответственно. Это может свидетельствовать о том, что скидка будет эффективным маркетинговым инструментом для стимулирования спроса на продукцию и повышения эффективности управления сбытовой деятельностью ОАО «Гомельский завод литья и нормалей».

Литература

1. Инструкция о порядке формирования и применения цен и тарифов : утв. постановление М-ва антимонополь. регулирования и торговли Респ. Беларусь, 6 авг. 2021 г., № 55 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2021. – № 162. – Ст. 8.
2. Касперович, И. Скидки: принципы применения / И. Касперович // Финансы. Учет. Аудит. – 2008. – № 1. – С. 29–32.

ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: СОСТОЯНИЕ, ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Д. А. Кисляк

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

Научный руководитель Е. П. Пономаренко

Исследована динамика показателей движения и эффективности использования трудовых ресурсов, а также безработицы в Республике Беларусь. В результате проведенного исследования выявлены проблемы управления трудовыми ресурсами и разработаны рекомендации по их устранению.

Ключевые слова: текучесть кадров, производительность труда, безработица, заработная плата.

Трудовые ресурсы страны – это та часть населения, которая обладает соответствующими знаниями и навыками, необходимыми для работы в той или иной отрасли. Должное обеспечение предприятий трудовыми ресурсами, их рациональное использование, высокий уровень производительности труда имеют большое значение для увеличения объемов и повышения эффективности производства. Актуальность темы исследования также определяется тем, что от использования трудовых ресурсов зависят финансовые результаты хозяйственной деятельности, выполнение показателей бизнес-плана, динамика объема реализации продукции. В условиях адаптации организаций к новой для них экономической ситуации проблемы рационального использования дорогостоящих и дефицитных трудовых ресурсов вышли на передний план и начали приобретать первостепенное значение. В связи с тем, что в использовании трудовых ресурсов были сохранены тенденции экстенсивности, существует проблема изыскания дополнительных источников рабочей силы. Эти задачи можно решить с помощью анализа, направленного на систематический поиск и мобилизацию внутренних резервов роста производительности труда.

Цель исследования – оценить динамику показателей движения и эффективности использования трудовых ресурсов, а также безработицы в Республике Беларусь, выявить проблемы управления трудовыми ресурсами и пути их решения.

В настоящее время одна из основных проблем большинства организаций – это текучесть кадров, которая влечет за собой снижение производственных показателей, эффективности работы, и, как следствие, большие финансовые потери.

Для оценки движения трудовых ресурсов в масштабах Республики Беларусь рассмотрим динамику принятых и уволенных работников в 2017–2021 гг. (табл. 1).