

Л и т е р а т у р а

1. Концепция цифрового белорусского рубля. – URL: [/https://www.nbrb.by/payment/digital_ruble/concept.pdf](https://www.nbrb.by/payment/digital_ruble/concept.pdf) (дата обращения: 20.04.2025).
2. В каких странах есть цифровая валюта на сегодняшний день/ – URL: <https://crypto.ru/v-kakikh-stranakh-est-czifrovaya-valyuta/> Загл. с экрана.
3. Цифровой юань: подробный обзор китайской валюты будущего на РБК. – URL: <https://www.rbc.ru/crypto/news/6127c1cb9a7947396479f560?from=copy> Загл. с экрана.

УДК 338.4

**ПРОИЗВОДСТВО И РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОДУКЦИИ:
УПРАВЛЕНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ИХ ОБЪЕМОВ****Я. С. Шелупенко***Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель И. В. Ермонина

Рассмотрены основные резервы увеличения объемов производства и реализации продукции, проведен анализ динамики объемов производства и реализации продукции на примере филиала «Гомельский ГОК» ОАО «Гомельстекло» и предложены направления их увеличения.

Ключевые слова: производство, реализация, производственная программа, управление, резервы увеличения, динамика.

**PRODUCTION AND SALES OF PRODUCTS: MANAGEMENT
AND DIRECTIONS OF INCREASING THEIR VOLUMES****Y. S. Shelupenko***Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus*

Scientific supervisor I. V. Ermonina

The article examines the main reserves for increasing production volumes and sales of products, analyzes the dynamics of production volumes and sales of products using the example of the Gomel Mining and Processing Plant branch of Gomelglass OJSC and suggests directions for increasing them.

Keywords: production, sales, production program, management, reserves for increase, dynamics.

В современном экономическом контексте фундаментальным фактом является то, что предприятия должны не только производить продукцию, но и продавать ее на рынке. Это означает, что производимая продукция должна отвечать потребительскому спросу и удовлетворять потребителей по качеству и ассортименту, соотношению цены и потребительских качеств. В связи с этим анализ объемов производства, реализации продукции и ассортимента для любого предприятия является неотъемлемой частью комплексного анализа деятельности организации.

Экономическая сущность производства и реализации заключается в создании ценности через создание товаров и услуг и их последующую продажу для удовлетворения потребностей общества. Оба понятия являются взаимосвязанными и являются ключевыми аспектами производственной программы организации. Эффективное взаимодействие между реализацией и производством является ключевым фактором для достижения успеха предприятия [1, с. 47].

Управление производством и реализацией на предприятии – это комплексная задача, которая требует координации работы различных подразделений. Основные отделы, занимающиеся этими вопросами, могут включать: производственный отдел, отдел снабжения (закупок), отдел продаж, маркетинговый отдел, финансовый отдел, отдел контроля качества и логистический отдел. Согласованная деятельность всех перечисленных подразделений обеспечивает эффективное управление производством и реализацией продукции предприятия.

Ключевыми факторами успеха для предприятия являются определение и использование резервов роста объемов производства и реализации продукции. Предприятия, которые активно работают над этими резервами, имеют больше шансов на устойчивый рост и высокую конкурентоспособность на рынке.

Резервы роста объемов производства и реализации – это потенциальные возможности, которые могут быть использованы для увеличения показателей производства и реализации продукции. К основным из них можно отнести:

1) улучшение использования трудовых ресурсов (создание дополнительных рабочих мест, ликвидации потерь рабочего времени, повышение производительности труда и т. д.);

2) улучшение использования основных средств (ОС) и увеличение производственной мощности (укомплектование новым оборудованием, ликвидация потерь рабочего времени оборудования, улучшение структуры ОС, строительство новых производственных объектов, увеличение производственной мощности);

3) улучшение использования материальных ресурсов и снижение затрат на производство (снижение норм расхода материалов, внедрение прогрессивных видов сырья, повышение эффективности использования ресурсов, сокращение потерь и брака).

Определившись с резервом, который можно задействовать, необходимо определить остаточный резерв объема продукции с учетом его реализации. Полученный результат и станет тем резервом, на который можно увеличить производство продукции предприятия.

К основным резервам увеличения объемов реализации продукции предприятия можно отнести:

1) выход на новые географические рынки и увеличение доли на существующих рынках;

2) повышение эффективности рекламных кампаний и улучшение работы с клиентами;

3) диверсификация продуктового ассортимента;

4) повышение ценовой конкурентоспособности [1, с. 48].

При определении возможностей увеличения объемов производства и реализации продукции необходимо, кроме данных резервов, учесть спрос на продукцию и реальную возможность ее реализации, а также риск невостребованности продукции. Увеличение выпуска продукции предприятия можно привести к таким объемам, которые будут выгодно реализованы. Только тогда рост объемов продукции станет параллельным процессу роста реализации и принесет действительную прибыль, укрепит его позиции и создаст конкурентное преимущество.

Филиал «Гомельский горно-обогатительный комбинат» ОАО «Гомельстекло» – занимается добычей и обогащением кварцевого песка с 1974 г. и является ведущим производителем стекольных и формовочных песков Республики Беларусь. Филиал входит в состав холдинга «Белорусская стекольная компания», занимает уверенные позиции на рынке и предоставляет продукцию наивысшего качества, обеспечивая сырьем (кварцевым песком) всю страну [2].

В таблице представлена динамика объемов производства и реализации продукции на рассматриваемом предприятии.

Динамика объемов производства и реализации продукции на предприятии за 2022–2024 гг.

Показатель	Год			Темп изменения, %	
	2022	2023	2024	2022–2023	2023–2024
1. Произведено фактически, тонн	717167,85	686852,55	536141,72	95,77	78,06
2. Реализовано фактически, тонн	637793,19	612240,66	493214,07	95,99	80,56
3. Удельный вес экспорта в объеме производства, %	2,64	0,55	0,45	–2,09	–0,10

Примечание. Разработано автором на основании документации предприятия.

Таким образом, на рассматриваемом предприятии наблюдается снижение объемов производства и реализации, а также отрицательная динамика доли экспорта продукции.

Чтобы проанализировать сезонность сбыта производимой продукции, рассмотрим объемы отгрузки разных видов песка по месяцам в 2024 г. На рис. 1 представлена информация об изменениях объемов отгрузки песка разных видов в течение 2024 г.

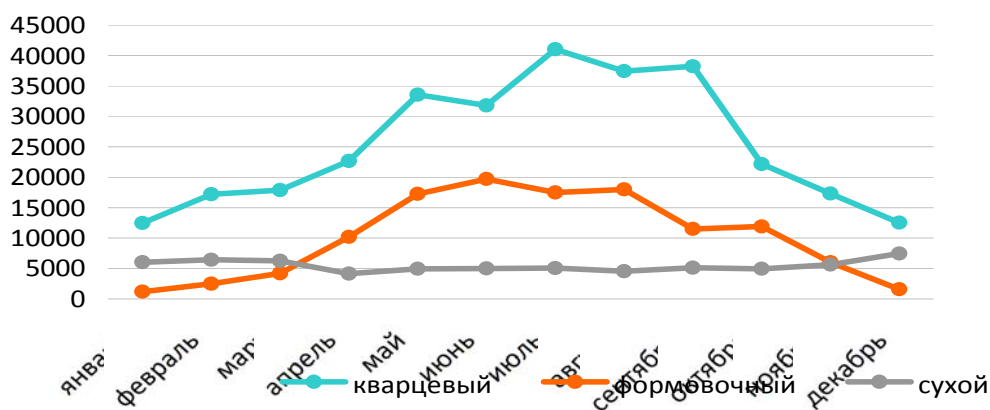


Рис. 1. Отгрузка стекольного, формовочного и сухого песка в 2024 г.

Сырые кварцевые и формовочные пески из-за смерзаемости не могут производиться в прежнем количестве. Объем отгрузки кварцевого песка с максимального в июле снизился в декабре-январе более чем в 3 раза. Объем отгрузки формовочного песка к январю снизился более чем в 16 раз. Отгрузка сухих песков напротив, в зимние месяцы увеличилась, а в летние снизилась. Такая же тенденция наблюдается в отгрузке кварца молотого пылевидного.

Таким образом, выявлено, что особенностью деятельности филиала является сезонность сбыта продукции, обусловленная смерзаемостью сырых песков в зимний период.

Для увеличения объемов производства и реализации продукции филиала «Гомельский горно-обогатительный комбинат» ОАО «Гомельстекло», а также решения проблемы смерзаемости производимых песков, можно предложить следующие направления:

1) увеличение объемов производства и реализации за счет аренды дополнительного склада в районе скопления потребителей (как реальных, так и потенциальных);

2) восстановление имеющихся на предприятии силосов-накопителей с целью предотвращения смерзаемости песка, увеличения объемов производства и реализации, а также рост экспорта в результате заключения договоров с предприятиями за рубежом, ориентированных на систему разгрузки песка в железнодорожные вагоны «хopper» [3];

3) увеличение объемов производства за счет замены прежнего сушильного барабана на сушильный барабан с большей производительностью.

В результате реализации предложенных мероприятий филиал «Гомельский ГОК» ОАО «Гомельстекло» сможет увеличить объемы производства и реализации продукции, увеличить объемы экспорта и решить проблему смерзаемости производимых песков, что позволит предприятию получить экономические выгоды и повысить свою конкурентоспособность.

Л и т е р а т у р а

1. Антоненко, Н. С. Анализ показателей производства и реализации продукции / Н. С. Антоненко // Экономика. Финансы. Управление. – № 10. – С. 45–49.
2. Филиал «Гомельский горно-обогатительный комбинат» ОАО «Гомельстекло». – URL: <http://www.gomelglass.by> (дата обращения: 08.02.2025).
3. Хопперы / Подвижной состав – грузовые перевозки – РЖД. – 2025. – URL: <https://cargo.rzd.ru> (дата обращения: 20.03.2025).

УДК 330.14

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ: КАК АДАПТИРОВАТЬ ЦЕНЫ ПОД РАЗНЫЕ ГРУППЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В БЕЛАРУСИ

Д. А. Соколов

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

Научный руководитель И. В. Рачкова

Рассмотрены особенности сегментации и ценообразования в Беларуси, включая географический, демографический, психографический и поведенческий подходы. Отдельное внимание уделено новым условиям регулирования цен с 2024 г. Представлены рекомендации для белорусского бизнеса по адаптации ценовой политики с учетом различий в доходах населения и покупательском поведении.

Ключевые слова: сегментация, цены, стратегия, Беларусь, маркетинг, регулирование.

SEGMENTATION OF THE MARKET AND PRICING: HOW TO ADAPT PRICES TO DIFFERENT CONSUMER GROUPS IN BELARUS

D. A. Sokolov

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Scientific supervisor I. V. Rachkova

Segmentation and pricing are key marketing tools that allow companies to tailor their offerings to different consumer groups. This article examines the features of market segmentation and