

УДК 658.1

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Студент гр. 10302118 Козачук С.И.

Научный руководитель – ст. преподаватель Зеленковская Н.В.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Республика Беларусь

Бесперебойный сбыт выпущенной готовой продукции в запланированных объемах обеспечивает сбытовая деятельность, результаты которой влияют на эффективность всего предприятия. Однако задача любого промышленного предприятия – не продавать то, что произвели, а производить востребованную на рынке продукцию с устойчивым спросом. Особое внимание занимает инновационная продукция, которая позволяет получить предприятию сверхприбыль и закрепиться на рынке.

Сбытовая деятельность промышленного предприятия должна быть направлена на:

- завоевание новых сегментов рынка;
- удержание или рост доли рынке;
- повышение объемов сбыта;
- привлечение новых покупателей;
- повышение прибыли и рентабельности [1].

ООО «КТМ-2000» выпускает продукции: профили отделочные декоративные (пороги), накладки и защитные углы на ступени, плинтусы, профили для плитки, деформационные профили (лёгкие и тяжелые, с гидроизоляцией и без), теплоизоляционные профили, сейсмостойкие профили.

Предприятие эффективно использует свои основные средства, трудовые ресурсы, имеет положительную динамику производства и реализации продукции, работает прибыльно.

Однако, в процессе анализа сбытовой деятельности выявлены следующие недостатки:

- наблюдался рост себестоимости товарной продукции, который связан с увеличением стоимости материалов, которые расходуются на производство этой продукции. Рост себестоимости стал причиной резкого сокращения рентабельности товарной продукции;
- большой удельный вес в составе краткосрочных активов

приходится на краткосрочную дебиторскую задолженность, которая имеет тенденцию роста;

– в общей сумме запасов более 40 % приходится запасы в готовой продукции.

Для совершенствования сбытовой деятельности ООО «КТМ-2000» предложены следующие мероприятия:

– сокращение затрат на материальные ресурсы путем внедрения в производство менее материалоемкой продукции. ООО «КТМ-2000» следует сделать переход на более дешевый вид материальных ресурсов для производства порогов, что позволит снизить себестоимость и повысить рентабельность товарной продукции. В качестве более дешевого вида материалов предлагается алюминий. Обработка алюминия более проста и менее затратная, чем обработка нержавеющей стали, поэтому и цена готового изделия из алюминия будет предпочтительнее, чем цена изделия из нержавеющей стали. При этом качество и конкурентоспособность готовой продукции останется на прежнем уровне. Таким образом, снизив производственную себестоимость при достижении запланированных объемов производства и реализации порогов ООО «КТМ-2000» сможет увеличить чистую прибыль по данному виду продукции;

– оптимизация структуры дебиторской задолженности путем совершенствования работы с дилерами из сегмента «Экспорт». Предлагается дилеров подразделять на группы по их объему спроса за последние три года и каждой группе разрабатывать условия сотрудничества: группа X – предоставление скидки или отсрочки, на выбор дилера; группа Y – скидка от стоимости в зависимости от объема покупаемой продукции дилеров; группа Z – сотрудничество по предоплате. Для каждой группы определены условия работы, которые представлены на рисунке 1.

Изменение условий работы ООО «КТМ-2000» с дилерами, позволит предприятию увеличить совокупную выручку от реализации, путем снижения дебиторской задолженности у группы дилеров Z за счет сотрудничества на условиях предоплаты. Внедрение данного мероприятия позволит предприятию увеличить совокупную выручку от реализации и чистую прибыль, повысить рентабельность продукции и рентабельности продаж соответственно на 1,52% и 2,03%.

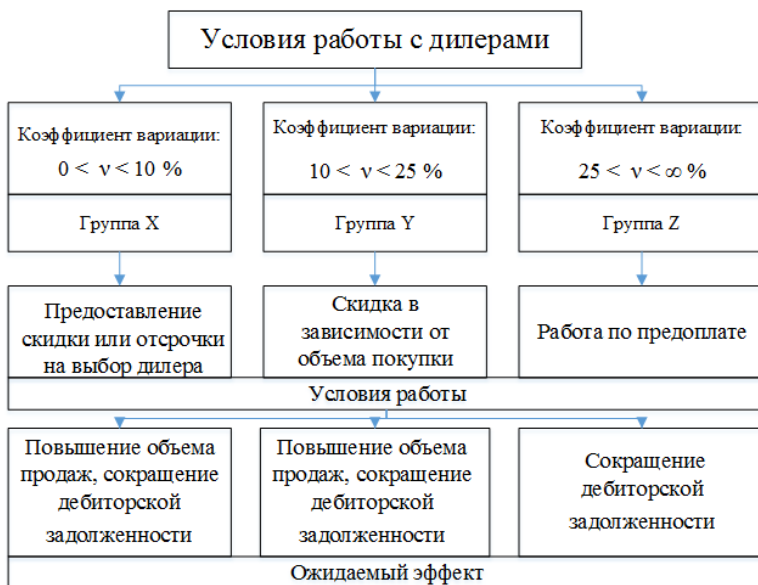


Рисунок 1 – Условия работы с дилерами

– увеличение объема продаж и привлечение дополнительного количества клиентов путем создания персонального раздела сайта. Создание персонального раздела в интернет-магазине ООО «КТМ-2000» поможет предприятию привлечь дополнительный поток клиентов (примерно плюс 120 клиентов в год), представить существующие ассортиментные позиции в новом виде, оптимизировать затраты на содержание интернет-магазина. Новый поток клиентов позволит получить дополнительный объем продаж и окупить затраты на создание раздела менее чем за год.

– оптимизация ассортимента продукции предприятия, что позволит предприятию увеличить совокупную выручку от реализации, путем роста объема производства продукции с устойчивым спросом, а также даст возможность снизить себестоимость производства и реализации, что в последующем положительно скажется на прибыли предприятия.

Литература

1. Понятие сбытовой деятельности и сбытовой политики предприятия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://schetuchet.ru/po-nyatie-sbytovoj-deyatelnosti-i-sbytovoj-politiki-predpriyatiya/>, свободный

2. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс для студентов специальности 1-27 01 01 «Экономика и организация производства» / Министерство образования Республики Беларусь, Белорусский национальный технический университет, Кафедра «Экономика и организация машиностроительного производства»; сост.: Н. В. Зеленковская, Л. М. Короткевич. – Электрон. дан. – Минск: БНТУ, 2018. – Режим доступа: <https://rep.bntu.by/handle/data/51584>. – Дата доступа: 27.03.2022

3. Экономика предприятия [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс по дисциплине «Экономика предприятия» для студентов специальности «Экономика и организация производства» / Бабук И. М., Демидов В. И., Сахнович Т. А., Гринцевич Л. В., Плясунков А.В., Ивашутин А.Л., Комина Н. В., Зеленковская Н.В., Попова Н.Д., кол. авт. Белорусский национальный технический университет, Кафедра «Экономика и организация машиностроительного производства». – Электрон. дан. – Минск: БНТУ, 2013. – Режим доступа: <https://rep.bntu.by/handle/data/67973>. – Дата доступа: 27.03.2022.