

Е. С. НИКИТИНА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины) Науч. рук. **Е. Я. Рыбакова**

РЕЗЕРВЫ РОСТА ОБЪЁМА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ СП ОАО «СПАРТАК»)

Главными задачами развития промышленных предприятий Республики Беларусь являются: повышение производительности труда на основе быстрого обновления активной части основных средств; наращивание выпуска соответствующей мировым стандартам высококачественной и востребованной на рынке продукции; рост экспорта, являющегося важным фактором снижения совокупных издержек на производство конечного продукта и создания благоприятных условий для экономического роста страны в долгосрочный перспективе.

Решение названных задач невозможно без создания эффективной системы управления предприятием, важнейшей частью которой является экономический анализ. Целью проведения экономического анализа деятельности предприятия является выявление резервов роста производства и реализации продукции, роста прибыли и рентабельности, улучшения финансового состояния предприятия.

Нами был проведен комплексный анализ производственно-хозяйственной деятельности СП ОАО «Спартак». По результатам анализа были сделаны следующие выводы. СП ОАО «Спартак» является крупнейшим предприятием пищевой отрасли промышленности Республики Беларусь. На предприятии производится более 360 наименований кондитерских изделий, в том числе оздоровительно-профилактического направления. Торговая марка «Спартак» является основной торговой маркой, под которой выпускаются кондитерские изделия фабрики. В 2013 году созданы суббренды – Impresso и Escaminio. Торговая марка Escaminio ориентирована на средний сегмент рынка, а марка Impresso – на премиум-сегмент. Географическими рынками сбыта являются Республика Беларусь, Российская Федерация, иные государства СНГ, далее зарубежье. Основными конкурентами являются белорусские производители («Коммунарка», г. Минск, «Красный мозырянин», г. Наровля, «Слодыч», г. Минск и др.); украинские и российские производители.

На предприятии достаточно эффективно организована договорная работа, однако в последние годы СП ОАО «Спартак» столкнулось с проблемой реализации своей продукцией. Это связано как с растущим уровнем конкуренции на рынке кондитерских изделий, так и со снижением платежеспособного спроса населения.

Основными источниками резервов увеличения производства и реализации продукции на промышленном предприятии являются:

а) резервы роста производства продукции:

1) за счет улучшения использования трудовых ресурсов: создание дополнительных рабочих мест, сокращение потерь рабочего времени, повышение уровня производительности труда;

2) за счет улучшения использования основных средств: приобретение дополнительных машин и оборудования, более полное использование их фонда рабочего времени, повышение производительности работы оборудования;

3) за счет улучшения использования сырья и материалов: дополнительное приобретение сырья и материалов, сокращение сверхплановых отходов сырья и материалов, сокращение норм расхода сырья и материалов на единицу продукции;

б) резервы роста реализации продукции:

1) стимулирование сбыта;

2) повышение конкурентоспособности продукции и расширение рынков сбыта. Сделаны следующие предложения по росту объема реализации продукции

СП ОАО «Спартак».

1 В настоящее время предприятие сотрудничает более чем с 20 зарубежными партнерами в Российской Федерации, США, странах Европы и Азии. В настоящее время в связи с созданием Евразийского экономического союза Республика Беларусь получила свободный выход товаров и услуг на рынки стран-участниц ЕАЭС. Предприятию целесообразно расширять систему товародвижения. Было предложено создание дилерской сети в Республике Казахстан. Поиск дилеров и организация переговорного процесса с ними можно организовать с помощью ресурсов Интернет. Работа с потенциальным дилером организуется путем заключения дилерского договора. Дилер самостоятельно определяет объем и ассортимент продукции исходя из спроса и уровня конкуренции на товары. В работе были разработаны основные положения договора о поставках продукции фабрики, рассмотрены выгоды для дилера и для СП ОАО «Спартак».

2 Одним из эффективных инструментов увеличения уровня реализации является стимулирование сбыта. Под стимулированием понимают различные акции и мероприятия, направленные как на увеличение, так и поддержание продаж. Для СП ОАО

«Спартак» актуальны следующие направления:

- продвижение новых видов продукции на рынок;
- побуждение покупателя к совершению многократных покупок;
- привлечение новых покупателей;
- распродажа товара с истекающим сроком реализации;
- стимулирование покупателей к совершению регулярных покупок;
- привлечение внимания к магазину;
- увеличение средней суммы в чеке и др.

Предложенные меры будут способствовать росту производства и реализации продукции СП ОАО «Спартак», росту прибыли и рентабельности предприятия.