

УДК 338

## ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО СБЫТУ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

М. С. ВАЛЬКОВИЧ

Научный руководитель Т. А. БОРОДИЧ  
БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Для успешного функционирования предприятия необходимо, не только планировать, но и совершенствовать сбытовую деятельность предприятия. В процессе исследования был проведен анализ коммерческой деятельности предприятия. Наибольший удельный вес реализованной продукции приходится на оборудование – 90,97 %. За 2011–2013 гг. наблюдается снижение выручки и прибыли от реализации, рентабельности продаж, что указывает на снижение эффективности сбытовой деятельности предприятия, следовательно, возникает необходимость разработки мероприятий по совершенствованию.

Одним из направлений совершенствования сбытовой деятельности выступает открытие дилерских сетей за рубежом. Основными рынками сбыта являются Россия, Узбекистан и Казахстан. Открыв представительство в России, предприятие уже через год окупит затраты на свое создание и станет приносить дополнительную прибыль. В Туркмении и Узбекистане целесообразно использовать дилерскую сеть. На рынке России целесообразно использовать оптово-розничную сеть. Резерв роста выручки и прибыли от реализации составит в результате открытия дилерской сети 70 347,8 и 2 532,52 млн р.

Вторым направлением совершенствования является предоставление системы скидок. Оценка системы скидок проводилась на основе управленческого учета «СVP-анализ».

Данный метод позволяет не только исследовать условия достижения целевой прибыли, но и решить задачу определения необходимого объема продаж при каждом уровне скидок для сохранения планируемого финансового результата. В результате проведенного анализа действующая на данный момент система скидок была подкорректирована с учетом величины целевой прибыли предприятия: сумма для получения 3 % скидки поднята; сумма для скидки в 5 % осталась прежней; на сумму покупки в 18 600 тыс. р. предоставляется скидка в 10, а не 7 %; дополнительно введена скидка в 15 %, она предоставляется при покупке товара на сумму 42 780 тыс. р.

Таким образом, введенные мероприятия позволяют получить дополнительный объем выручки и прибыли – 70 348,76 и 2 535,55 млн р.