

УДК 658.8

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

А. В. АВСЯННИКОВА

Научный руководитель Н. В. КОТЕЛЬНИКОВА  
Белорусско-Российский университет

Устойчивое функционирование предприятия во многом зависит от эффективности сбытовой деятельности, которая непосредственно формирует показатель выручки от реализации продукции и позволяет достичь конкурентного преимущества в бизнесе.

Анализ производственно-сбытовой деятельности ОАО «Могилевская фабрика мороженого» показал, что сбытовая деятельность предприятия направлена на коммерческое завершение маркетинговой и производственной деятельности предприятия, и конкретные потребности потребителей, объемы производства за последние три года увеличиваются, при этом снижаются объемы реализации, что способствует накоплению запасов готовой продукции на складе.

Оценка реализации продукции предприятия свидетельствует о том, что в сезон теплых месяцев спрос на продукцию стабилен и является более высоким по сравнению с холодным периодом года. Выявлена тенденция явного снижения спроса на мороженое с ноября по май месяц на основании расчета отклонения  $i$ -го объема реализации от минимального значения данного показателя.

Предложенным направлением совершенствования сбытовой деятельности предприятия является снижение запасов готовой продукции путем применения транзитной формы товародвижения, которая заключается в отгрузке товаров непосредственно с производственного предприятия, минуя склады. Она способствует сокращению времени доведения товаров до магазинов, снижению транспортно-экспедиционных расходов и товарных потерь, содействуя лучшей сохранности товаров.

Экономический эффект от внедрения транзитной формы товародвижения на ОАО «Могилевская фабрика мороженого» в месяцы с наибольшим спросом с июня по октябрь составляет 5 270,16 р. в год, что способствует достижению главных принципов ведения хозяйственной деятельности: достижение эффективности по затратам и эффективности по результатам.

Эффективное управление сбытовой деятельностью позволяет сохранить и улучшить позиции предприятия на различных сегментах рынка, успешно участвовать в конкурентной борьбе, повышать спрос на выпускаемую продукцию, а также формировать благоприятный имидж предприятия у потребителей.