

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННО-СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Новикова А.С., студентка 5 курса

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Нечаева Т.Г.

Белорусско-Российский университет, г. Могилёв, Республика Беларусь

Сбыт продукции как составная часть коммерческой деятельности оказывает решающее влияние на размеры доходов и прибыль предприятия. Сбыт продукции важен для предприятия, т.к. объем сбыта определяет другие показатели предприятия (прибыль, уровень рентабельности, величину доходов).

Чтобы правильно организовывать, регулировать и контролировать сбытовую деятельность предприятия, необходимо постоянно проводить анализ результатов работы предприятия по реализации продукции [1].

В таблице 1 представлен анализ показателей эффективности сбытовой деятельности предприятия УПКП «Могилевская облтипография им. Спиридона Соболя».

Таблица 1 – Анализ показателей эффективности сбытовой деятельности предприятия

Показатели:	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Изменение		Темп роста, %	
				2017 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.	2017 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
1 Объем реализованной продукции, работ, услуг тыс. р.	3 208	3 356	3 805	148	449	104,6	113,4
2 Прибыль от реализации, тыс. р.	413	606	712	193	106	146,7	117,5
3 Рентабельность продаж, %	13	18,1	18,7	5,1	0,6	139,1	103,3

По данным таблицы 1 можно сделать вывод, что предприятие достаточно эффективно реализует сбытовую деятельность. Так объем реализации в 2018 году составил 3 805 тыс. р., что на 449 тыс. р. или 13,4 % больше, чем в прошлом году. Прибыль от реализации увеличилась на 17,5 %, однако темп роста уменьшился по сравнению с темпом роста прибыли в 2017 году. Темп роста рентабельности продаж также снизился и составил 3,3 %. Если не предпринять соответствующие мероприятия, темпы роста данных показателей могут принять отрицательное значение.

Так как рассматриваемое предприятие не имеет службы сбыта, сбытовые функции выполняют специалист по продажам и торговый агент.

Для анализа его работы была проведена комплексная оценка удовлетворенности на основе рейтингового метода оценки. Для анкетирования была

проведена выборка десяти потребителей продукции, имеющие разные характеристики, такие как частота покупок, территориальное расположение, размер предприятия-потребителя и т.д. Результаты представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Оценка удовлетворенности клиентов работниками, отвечающих за сбыт готовой продукции

Показатели:	Весовое значение	Максимальный балл	Полученный средний балл
Рекламно-информационная деятельность:			
- использование различных каналов информации;	0,03	5	3,4
- полнота информации, представленной на официальном сайте компании.	0,03	5	4,2
Договорная работа:			
- гибкость ценовой политики;	0,11	5	3,7
- форма оплаты;	0,15	5	4,5
- условия отгрузки и транспортировки;	0,15	5	4,3
- своевременность поставки;	0,2	5	4,3
- соотношение заявленного качества фактическому.	0,2	5	4,8
Сервисное обслуживание:			
- знание продукта специалистами;	0,05	5	4,8
- способность специалистов ответить на вопросы;	0,04	5	4,1
- время, потраченное на решение проблемы клиента.	0,04	5	3,7
Итого	1	50	41,8

Средневзвешенный максимальный балл = $5 * 1 = 5$.

Средневзвешенный балл по полученным оценкам = $0,03*3,4 + 0,03*4,2 + 0,11*3,7 + 0,15*4,5 + 0,15*4,3 + 0,2*4,3 + 0,2*4,8 + 0,05*4,8 + 0,04*4,1 + 0,04*3,7 = 4,327$.

Полученная оценка удовлетворенности равна 4,327 баллов из 5 баллов, что говорит о высокой удовлетворенности клиентов работой специалиста по сбыту и торгового агента. Однако для выхода на другие рынки потребуется полноценная служба сбыта, т.к. значительно увеличится объем работы, это потребует найма дополнительных специалистов.

Для организации службы сбыта предлагается нанять еще одного специалиста по продажам для работы с рынками других областей Республики Беларусь.

Рассмотрим показатели, характеризующие работу уже имеющихся специалистов в таблице 3.

Таблица 3 – Основные финансово-экономические показатели работы специалистов, отвечающих за сбыт готовой продукции

Показатели:	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Темп роста, %	
				2017 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
Объем реализованной продукции, тыс. руб.	3208	3356	3805	104,6	113,4
Прибыль от реализации, тыс. руб.	413	606	712	146,7	117,5
Рентабельность продаж, %	13	18,1	18,7	139,2	103,4
Численность персонала, занимающихся сбытом, чел	2	2	2	100,0	100,0
Средняя заработная плата, руб.	624	640	658	102,6	102,8

Данные таблицы 3 свидетельствуют о том, что все рассматриваемые показатели, за исключением численности персонала, занимающего сбытом, имеют положительные темпы прироста, что говорит о вполне эффективной работе специалистов. Несмотря на то, что темпы прироста находятся на положительном уровне, к 2018 г. они снижаются. К примеру, темп прироста прибыли от реализации в 2017 г. составлял 46,7 %, то уже в 2018 г. темп прироста составил 17,5 %.

Поэтому вопрос о создании службы сбыта и найма еще одного специалиста для увеличения объема реализованной продукции как на могилевском рынке, так и в перспективе на рынках других областей становится все более актуальным.

В таблице 4 рассмотрим предполагаемые траты на организацию работы еще одного специалиста по продажам.

Таблица 4 – Предполагаемые траты на организацию работы нанимаемого специалиста по продажам

Необходимое оборудование для работы, руб.	720
Лицензионное ПО, руб.	640
Организация рабочего пространства, руб.	240
Итого, руб.	1600

Предположим, что после найма специалиста по продажам объем реализации увеличится минимум на 5 %, тогда основные финансово-экономические показатели работы службы сбыта будут иметь следующий вид (таблица 5).

Таблица 5 – Основные финансово-экономические показатели работы службы сбыта

Показатели:	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Темп роста, %	
				2018 г. к 2017 г.	2019 г. к 2018 г.
Объем реализованной продукции, тыс. руб.	3356	3805	3 995	113,4	105,0
Прибыль от реализации, тыс. руб.	606	712	762	117,5	107,0
Рентабельность продаж, %	18,1	18,7	19,1	103,4	101,9
Численность персонала, занимающихся сбытом, чел	2	2	3	100,0	150,0
Средняя заработная плата, руб.	640	658	674	102,8	102,4

Как видно из данных таблицы 5, наблюдается положительная динамика по всем рассматриваемым показателям. Так к 2019 г. планируется увеличение объема реализованной продукции минимум на 5 %, прибыль от реализации увеличится на 7,0 %. Рентабельность продаж, при этом, увеличится на 1,9 %.

Т.е. можно предположить, что при увеличении объема реализованной продукции даже на 5 % за счет создания службы сбыта, темпы роста всех рассматриваемых показателей будут положительны.

Расходы на организацию рабочего места сотрудника составят 1 600 руб. При имеющейся прибыли в 712 тыс. руб. данные расходы незначительны и окупятся довольно быстро, т.к. планируемый рост прибыли после найма сотрудника составит 50 тыс. руб.

Список использованных источников:

1. Анализ влияния сбытовой деятельности на прибыль предприятия [Электронный ресурс] // Helpiks.org. 2014-2020. URL: <https://helpiks.org/2-28738.html> (дата обращения 04.03.2020).
2. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Г. В. Савицкая. - 7-е изд., испр. - Мн.: Новое знание, 2002. - 704с.
3. Баркан Д.И. Управление продажами: учебник / Д.И. Баркан; Высшая школа менеджмента СПбГУ. – СПб.: Издат. дом С.-Петербур. гос. ун-та, 2007. – 908 с. М.: ИН-ФРА-М, 2012. – 437 с.