

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «САВУШКИН-ОРША»

Сбыт готовой продукции – заключающая стадия хозяйственной деятельности предприятий. Неумение управлять сбытом в современных условиях хозяйствования рождает цепочку: переполненные склады, неплатежи, отсутствие оборотных средств на закупку сырья, остановка производства.[1]

Сегодня ООО "Савушкин-Орша" – динамично развивающееся крупнейшее в Беларуси предприятие-производитель молочной продукции. Неизменно высокое качество продукции ООО "Савушкин-Орша" по достоинству оценивают не только потребители, но и профессионалы. Достижения предприятия не раз были отмечены престижными отечественными и международными наградами.

Предметом деятельности ООО «Савушкин-Орша» является непосредственно переработка молока, производство молочной продукции и ее реализация через оптовые, розничные предприятия, а также организация иных видов деятельности.

На анализируемом предприятии в 2018 году по сравнению с 2017 годом, увеличились такие показатели как выручка от реализации продукции на 5 746 тыс. р., чистая прибыль на 10 678 млн. р., прибыль от реализации на 6 334 млн. р. Отсюда и увеличилась рентабельность продаж на 8,4 %. Однако в 2017 году наблюдается отрицательное значение чистой прибыли предприятия, что указывает на то, что система распределения ООО «Савушкин-Орша» не эффективна.

Деятельность ООО «Савушкин-Орша» в области распределения своей продукции подчинена следующим целям:

- обеспечивать доставку молочной продукции в необходимом объеме в такое место и в такое время, которые более всего устраивают всех потребителей;
- способствовать привлечению внимания покупателей к продукции ООО «Савушкин-Орша» и стимулировать расширение ее продажи конечным потребителям.

Распределительная сеть ООО «Савушкин-Орша» включает в себя следующих субъектов: отдел сбыта ООО «Савушкин-Орша», сбытовых посредников, партнеров по сбыту. На анализируемом предприятии в 2017-2018 годах прослеживается отрицательная динамика роста объема реализации продукции. План по реализации готовой продукции не довыполнен на 2,46 %.

Основными покупателями продукции предприятия на территории республики являются:

- торговые предприятия, реализующие ее населению;
- промышленные предприятия, использующие ее в качестве сырья,
- бюджетные организации городов Минск, Витебск, а также Оршанского, Дубровенского, Толочинского районов.

Большая часть продукции реализуется на территории Витебской области, также продукция представлена в г. Минске.

Структура распределения ООО «Савушкин-Орша» представлена на рисунке 1.

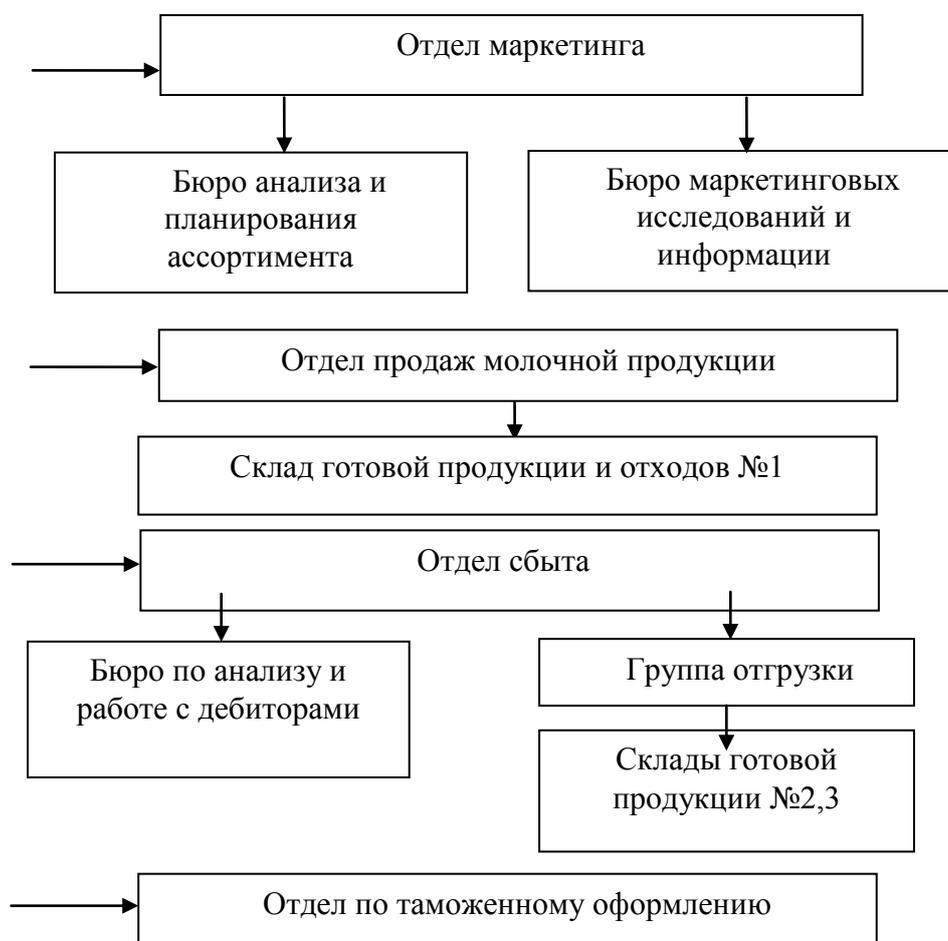


Рисунок 1 - Структура распределения ООО «Савушкин-Орша»

Отделу сбыта подчиняются бюро по анализу и работе с дебиторами, а так же группа отгрузки. К группе отгрузки, в свою очередь, относятся склады готовой продукции. Специалисты отдела сбыта взаимодействуют со всеми структурными подразделениями предприятия с целью достижения объема реализации готовой продукции. К отделу маркетинга относятся бюро анализа и планирования ассортимента и бюро маркетинговых исследований.

На предприятии используются следующие каналы распределения:

- 1 Канал нулевого уровня: производитель – потребитель;
- 2 Канал первого уровня: производитель – розничный посредник – потребитель;
- 3 Канал второго уровня: производитель – оптовый посредник - розничный посредник – потребитель.

Торговая сеть ООО «Савушкин-Орша» представлена торговыми объектами на рынках, фирменными секциями в магазинах города Орша.

Отгрузка молочной продукции ООО «Савушкин-Орша» по потребителям за 2017 г. представлена на рисунке 2.



Рисунок 2– Отгрузка молочной продукции по потребителям ООО «Савушкин-Орша» за 2017 г.

Из рисунка 1 следует, что больше всего в 2017 году молочной продукции отгружено в СНГ 53 % (13 773,4 т.) меньше всего в страны дальнего зарубежья 2% (430 т.), на внутренний рынок – 45 % (11 517,3 т.)

Структура отгрузки молочной продукции ООО «Савушкин-Орша» за 2018 г. представлена на рисунке 3.

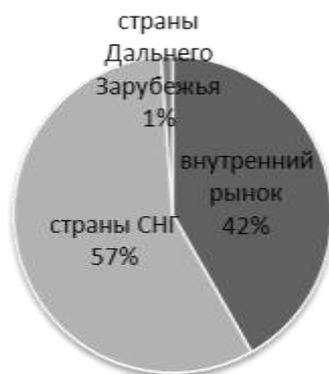


Рисунок 3 – Отгрузка молочной продукции по потребителям ООО «Савушкин-Орша» за 2018г.

В 2018 г. наблюдается схожая ситуация, что и в предыдущем году. В страны СНГ отгружено 57 % (15 230 т.), на внутренний рынок - 42 %, в страны дальнего зарубежья – 1%.

Распределительная сеть ООО «Савушкин-Орша» включает в себя следующих субъектов: отдел сбыта ООО «Савушкин-Орша», сбытовых посредников, партнеров по сбыту. На анализируемом предприятии в 2017-2018 годах прослеживается отрицательная динамика роста объема реализации продукции. План по реализации готовой продукции не довыполнен на 2,46 %.

В 2018 году отгрузка обработанного молока была больше чем в 2017 году, на внутренний рынок было отгружено больше на 543,7 т., в страны СНГ на 137 т.

Показатель отгрузки молока и сливок сгущенных на внутренний рынок с 1012,7 т. в 2017 году снизился до 190 т. в 2018 году. В страны СНГ отгрузка не осуществлялась.

Поставки сухого молока сократились на внутренний рынок на 40,1 т., однако наблюдается значительное увеличение поставок в страны СНГ на 932 т.

Также в 2018 году наблюдается увеличение отгрузок сливочного молока на внутренний рынок и в страны СНГ на 96,2 т. и 248 т. соответственно.

Поставки творога и сыров на внутренний рынок увеличились в 2018 г. на 51,7 т. и 67,9 т. Однако в страны СНГ поставки снизились на 2,2 т. и 3,3 т. соответственно.

Больше всего продукции отгружается на внутренний рынок и страны СНГ. В страны дальнего зарубежья отгружается небольшая доля изделий, что свидетельствует о недостатках в распределительной системе и сбытовой деятельности предприятия. Реализации продукции по рынкам сбыта занимают страны СНГ - 57,31 %, чуть меньше в структуре занимает внутренний рынок - 41,38 %, страны дальнего зарубежья занимают незначительную долю в структуре реализации продукции по рынкам сбыта - 1,31%.

Также следует отметить, что практически по всем наименованиям молочной продукции наблюдается недовыполнения плана, за исключением обработанного молока и готовых кормов для КРС. Фактический объем реализации обработанного молока был превышен на 26,47 %. Таким образом общий фактический объем реализации предприятия не совсем близок к плановому (меньше на 2,46 %), что указывает на недостатки в организации сбытовой деятельности предприятия.

В целом можно сделать вывод, что больше всего продукции отгружается непосредственно на внутренний рынок и страны СНГ. В страны дальнего зарубежья отгружается небольшая доля изделий, что свидетельствует о недостатках в распределительной системе и сбытовой деятельности предприятия.

В настоящее время методы организации сбыта продукции постоянно улучшаются за счёт применения более современных технологий, компьютеров, телекоммуникаций, способов организации сбытовых сетей, а также благодаря более основательной подготовке специалистов для всех звеньев сбытовых сетей.[2]

На основе проведённого исследования были разработаны следующие рекомендации по повышению эффективности сбытовой деятельности ООО «Савушкин-Орша»:

- 1) при организации сбыта продукции необходимо маркетинговые исследования – систематизировать данные о том, что предпочитают приобретать покупатели. Одним из наиболее подходящих способов для проведения такого рода исследований, с учетом того, что продажа товара производится через прилавок, является устный опрос и анкетирование;

- 2) активизировать рекламу и иные методы продвижения товара и стимулирования сбыта продукции;
- 3) участие в международных выставках для налаживания и укрепления деловых связей, взаимовыгодного сотрудничества, заключения новых контрактов, поиск деловых партнеров, продвижения конкурентоспособной продукции на рынки Украины, России, Польши, Литвы, Латвии, Казахстана;
- 4) поиск клиентов через сеть интернет, рассылки коммерческих предложений по электронной почте;
- 5) рассмотрение коммерческого предложения агентов, которые занимаются поиском клиентов для заключения договоров.

Литература

1. Басовский, Л.Е. Менеджмент: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по экон. и упр. спец. / Л.Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 214 с.
2. Аристова, О.М. Инструменты совершенствования деятельности предприятия по продвижению товаров и услуг / О.М. Аристова, Е.И. Бачурин // Российское предпринимательство. – 2014. – №7. С. 77-81.
3. Захарова, Ю.А. Методы стимулирования сбыта: учеб. пособие / Ю.А. Захарова. – 2-е изд. – М.: Дашков и К0, 2014. – 120 с.