

## РАСШИРЕНИЕ РЫНКОВ СБЫТА ПРОДУКЦИИ КАК МЕТОД ОПТИМИЗАЦИИ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Е.Б. Малей, канд. экон. наук, доц.,*

*Н.П. Макареня, магистрантка,*

*Полоцкий государственный университет имени Ефросинии Полоцкой, Беларусь*

*Рассматривается тема совершенствования распределительной деятельности предприятия путем расширения рынков сбыта продукции. В связи с чем, был предложен алгоритм оценки и выбора потенциальных рынков реализации и рассмотрен на примере отечественного производителя дрожжевой продукции СООО «Интерферм».*

**Ключевые слова:** *готовая продукция, распределительная деятельность, логистические процессы, стимулирование сбыта.*

В современных условиях ведения предпринимательской деятельности, чтобы эффективно функционировать и решать различный спектр задач производственно-хозяйственного и организационно-экономического направления, субъекту рынка недостаточно уделять внимание только производственным планам, весьма существенным является вопрос о качественной организации процесса товародвижения и определения целевого рынка сбыта. Эффективно организованная сбытовая деятельность, которая включает основные формы, методы, принципы и инструменты доведения готовой продукции до конечного потребителя, служит важнейшим условием устойчивого и сбалансированного развития любого хозяйствующего субъекта.

При высокой конкуренции важным остается вопрос оптимальности выбора ассортимента продукции, его позиционирования на рынке, формирования качественной клиентской базы, выбора рациональных схем доведения товара до конечного потребителя, совершенствования характеристик как самого товара, так и форм его реализации (товародвижения) с целью максимального удовлетворения потребительского запроса и получения прибыли.

Актуальность данного спектра вопросов определяется рядом причин и обстоятельств:

- наличием высокой конкуренции в рыночной среде;
- отсутствием четкой (плановой) системы закупки товаров и услуг;
- высокой изменчивостью покупательских предпочтений и конъюнктуры рынка;
- увеличением доли рынка, функционирующего в условиях несовершенной конкуренции;
- наличием большого количества рыночных ниш, которые характеризуются широким разбросом и отличием по критериям емкости, средней цены реализации, уровня потребления, специфики спроса и т.д. [1].

В связи с этим, существует потребность в совершенствовании процесса выбора потенциальных новых рынков сбыта.

В качестве одного из успешно зарекомендовавших способов оценки привлекательности рынков является метод построение карты «привлекательность-риски». Данный метод

позволяет провести сегментацию потенциальных рынков реализации продукции путем оценки привлекательности и рисков тех или иных регионов и на основе этого выбрать оптимальный для организации.

Проанализировав литературу на данную тематику, можно сделать вывод о разрозненности используемых критериев оценки в связи со специфическими особенностями организации каждого вида деятельности, а также реализуемого продукта. В связи с чем, далее предложим алгоритм анализа и выбора рынков реализации готовой продукции, учитывающий основные аспекты оценки рынков промышленных предприятий:

- Выбор наиболее крупных стран-импортеров. Наиболее привлекательными странами для экспорта продукции будут крупные импортеры, которые входят в первую десятку по доле в общем объеме мирового импорта соответствующего вида продукции. В качестве источника информации используется база данных (<http://www.trademap.org/Index.aspx>);

- Анализ конкурентоспособности продукции предприятия на рынке выбранных стран по цене. С этой целью анализируется средняя цена импорта соответствующего вида продукции по выбранным странам. Страны, которые импортируют продукцию по цене ниже соответствующей отпускной цены предприятия исключаются из дальнейшего анализа;

- Анализ издержек транспортировки продукции до границы выбранных стран. С этой целью анализируется ближайшее расстояние от предприятия до границы соответствующей страны, тарифы на грузовые авиаперевозки по выбранным странам;

- Сравнение размера таможенных платежей, включающих таможенный сбор, таможенную пошлину, акциз (при наличии) и НДС, уплачиваемых при ввозе соответствующего вида продукции по выбранным странам. Выбираются страны, где таможенный платеж будет ниже;

- Расчет интегрированного показателя привлекательности отдельных стран и их ранжирование по приоритетности для экспорта соответствующего вида продукции предприятия. Для расчета интегрированного показателя каждый из исходных показателей привлекательности преобразуется в соответствии со следующей формулой:

$$I_{ij} = \frac{x_{ij} - x_{imin}}{x_{imax} - x_{imin}} \quad (1)$$

где  $I_{ij}$  - сопоставимая оценка  $i$ -го показателя по  $j$ -той стране;

$x_{ij}$  - исходное значение  $i$ -го показателя по  $j$ -той стране;

$x_{imin}$  - минимальное значение  $i$ -го показателя;

$x_{imax}$  - максимальное значение  $i$ -го показателя.

В свою очередь, показатели рисков преобразуются по формуле

$$R = 1 - I_{ij} \quad (2)$$

Далее рассмотрим в соответствии с предложенной методикой выбора и оценки потенциальные рынки распределения готовой продукции СООО «Интерферм», на котором существует такая проблема, как снижение объемов экспорта дрожжевой продукции. Данную тенденцию можно проследить в таблице 1.

Таблица 1. – Доля продукции, поставляемой на экспорт в общем объеме производства

Объем реализации	2020		2021	
	тыс. руб	уд. вес., %	тыс. руб	уд. вес., %
Внутренний рынок	6540,1	28,69	10144,5	38,54
Экспорт	16 252,36	71,31	16 175,87	61,46
Всего	22 792,46	100	26 320,37	100,00

Примечание: собственная разработка на основе материалов организации.

Исходя из этого, в качестве мероприятия по оптимизации распределительной деятельности данного предприятия было предложено поиск новых рынков сбыта.

На рисунках 1 и 2 представлен список крупнейших стран-импортеров и их доля в мировом импорте, согласно базе данных TradeMap.

HS4	Importers	Select your indicators ▼							
		Value imported in 2021 (USD thousand) ▼	Trade balance in 2021 (USD thousand) i	Quantity imported in 2021	Quantity Unit	Unit value (USD/unit) i	Annual growth in value between 2017-2021 (%) i	Annual growth in quantity between 2017-2021 (%) i	Annual growth in value between 2020-2021 (%) i
	World	3,138,276	-405,131	0	No quantity		5		7
+	<a href="#">United States of America</a> i	417,241	-285,614	151,763	Tons	2,749	7	6	4
+	<a href="#">France</a> i	167,924	-58,311	84,607	Tons	1,985	6	-1	12
+	<a href="#">Germany</a> i	124,089	7,749	110,445	Tons	1,124	7	0	-1
+	<a href="#">Belgium</a> i	121,256	102,934	45,278	Tons	2,678	12	-15	18
+	<a href="#">United Kingdom</a> i	119,104	-56,111	50,444	Tons	2,361	1	-4	-18

Рисунок 1. – Крупнейшие страны-импортеры дрожжей [2]

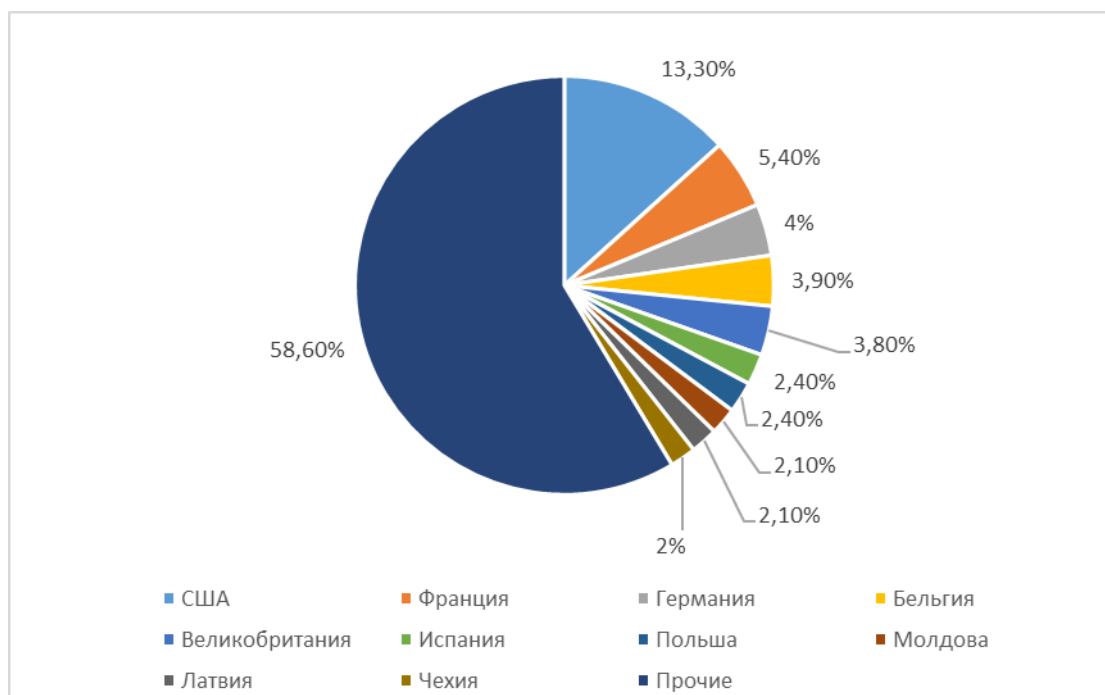


Рисунок 2. – Доля в мировом импорте дрожжей крупнейших импортеров [2]

Далее проведем оценку, представленных на рисунке 2 стран. Результаты представим в виде таблиц 2 и 3.

Таблица 2. – Исходные данные для оценки стран с точки зрения привлекательности и рисков

	Объем импорта, т	Цену за 1 т, USD	Темп роста объема продаж, %	Среднее расстояние до поставщиков, км	Расстояние от г. Слуцк до столицы, км	Объем экспорта, т	Средняя таможенная пошлина, %
США	151763	2749	6	5137	7493	11 750	2
Великобритания	50444	2361	-4	2178	2138	14209	3,1
Латвия	17378	2157	-3	746	569	158	3,1
Франция	84607	1985	-1	1972	2008	1299	3,1
Испания	14395	2779	-7	1894	3359	13317	3,1
Чехия	16062	1838	9	1875	1180	6172	3,1
Германия	110445	1124	0	2399	1077	64487	3,1
Польша	71649	700	2	1420	500	28068	3,1
Бельгия	45278	2678	-15	3001	1806	69181	3,1
Молдова	19731	1264	5	1146	920	0	13,9
max	151763	2779	9	5137	7493	69181	13,9
min	14395	700	-15	746	500	0	2

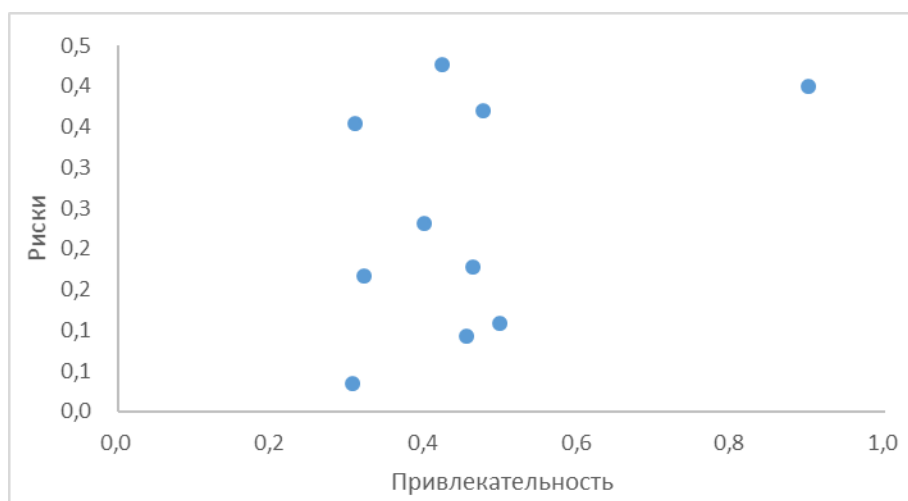
Примечание: источник [2].

Таблица 3. – Оценка в сопоставим виде и средние показатели привлекательности и рисков стран

	Объем импорта, т	Цену за 1 т, USD	Темп роста объема продаж, %	Среднее расстояние до поставщиков, км	Расстояние от г. Слуцк до столицы, км	Объем экспорта, т	Средняя таможенная пошлина, %	Факторы привлекательности	Факторы риска
США	1	1,0	0,9	1,0	1,0	0,2	0,0	0,9	0,4
Великобритания	0,3	0,8	0,5	0,3	0,2	0,2	0,1	0,5	0,2
Латвия	0,0	0,7	0,5	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,0
Франция	0,5	0,6	0,6	0,3	0,2	0,0	0,1	0,5	0,1
Испания	0	1,0	0,3	0,3	0,4	0,2	0,1	0,4	0,2
Чехия	0,0	0,5	1,0	0,3	0,1	0,1	0,1	0,5	0,1
Германия	0,7	0,2	0,6	0,4	0,1	0,9	0,1	0,5	0,4
Польша	0,4	0,0	0,7	0,2	0,0	0,4	0,1	0,3	0,2
Бельгия	0,2	1,0	0,0	0,5	0,2	1,0	0,1	0,4	0,4
Молдова	0,0	0,3	0,8	0,1	0,1	0,0	1,0	0,3	0,4

Примечание: собственная разработка на основе изученных материалов.

Основываясь на полученных результатах, проведем сегментацию стран-импортеров (рисунок 3).



**Рисунок 3. – Карта «привлекательность–риски»**

Проанализировав рисунок выше, можно сделать вывод, что наиболее целесообразным выбором в качестве потенциального рынка сбыта дрожжевой продукции для СООО «Интерферм» является Чехия за счет оптимального соотношения привлекательности и рисков выхода на данный рынок.

Таким образом, предлагаемый алгоритм позволяет провести оценку потенциальных регионов реализации товаров, учитывая основные особенности организации международной логистики предприятия, и на основе полученных результатов осуществить наиболее оптимальный выбор.

#### **Список использованных источников**

1. Ибрагимов, Р.И. Совершенствование организации сбытовой деятельности предприятия: теоретические аспекты, научно-прикладные решения / Р.И. Ибрагимов // Современная экономика: проблемы и решения. - 8 (116). - 2019. - С. 38-49.
2. List of importers in 2021 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2102%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2102%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1). - Дата доступа: 13.10.2022.