

СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОАО «ВИТЕБСКИЕ КОВРЫ»

Николаева Ю.Н., ст. преп., Меньшенин П., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В условиях высокой конкуренции на рынке имеют успех предприятия, производственно-сбытовая система которых ориентирована на запросы потребителей. Именно поэтому система сбыта является центральной в системе экономической устойчивости работы предприятия. И это не лишено обоснования – именно в процессе сбыта готовой продукции выяснится, насколько точными и удачными были все использованные концепции и стратегии по продвижению товара на рынок.

Ключевые слова: сбыт, внутренний рынок, внешний рынок, объем реализации.

Основной задачей ОАО «Витебские ковры» является рост объемов продаж, увеличение доли рынка, приобретение весомого места на зарубежном рынке. В настоящее время данное предприятие высоко конкурентно на отечественном рынке и поставляет продукцию собственного производства в страны СНГ и другие зарубежные государства.

Основные рынки сбыта продукции ОАО «Витебские ковры» – страны СНГ. Так, на долю Российской Федерации приходится 75,73 % и 75,52 % удельного веса в общем объеме реализации на внешнем рынке в 2018 и 2019 гг. соответственно. В пределах 9 % реализуется в Украину. Сопоставимые и незначительные объемы продукции реализуются в Казахстан, Кыргызстан и у (4–5% от общего объема реализации). Практически 3% от общего объема реализуется на рынке Таджикистана. При этом в 2019 г. отмечена тенденция незначительного снижения удельного веса реализации в страны СНГ в сравнении с 2018 г. Положительным моментом в деятельности предприятия можно считать освоение рынков сбыта Венгрии и Эстонии. Совокупный удельный вес реализации продукции в эти страны составил 0,11 % от общего объема на внешнем рынке.

Емкость рынка ковровых изделий и доли на нем организации на конкретных рынках сбыта выглядит следующим образом (табл. 1). Таким образом, в Республике Беларусь ОАО «Витебские ковры» занимает высокую долю на рынке (свыше 50 %), при этом на внешних рынках доля организации достаточно высока.

Таблица 1 – Характеристика основных рынков сбыта

Страна	Количество жителей, млн чел.	Емкость рынка, млн дол.США	Объемы поставок ОАО «Витебские ковры», млн дол.США		Доля ОАО «Витебские ковры» на рынке, %	
			2018 г.	2019 г.	2018 г.	2019 г.
Республика Беларусь	9,5	14,3	7,3	7,7	51,0	53,8
Российская Федерация	146,7	616,4	37,6	34,9	6,1	5,7
Украина	43,7	64,7	4,4	4,4	6,8	6,8
Казахстан	18,6	35,2	1,9	2,3	5,4	6,5
Кыргызстан	6,5	27,8	2,2	1,9	7,9	6,8

Источник: собственная разработка по данным организации.

В таблице 2 представлены результаты анализа сбыта продукции на внутреннем рынке в разрезе регионов.

Можно отметить позитивную тенденцию изменения объемов реализации продукции в целом и в каждом из рассматриваемых регионов в 2018 г. Наибольшие объемы продукции реализованы в Витебской области, наименьшие – в Брестской области, как в 2018 г., так и в 2019 г. Это закономерно, так как крупнейшим конкурентом ОАО «Витебские ковры» является ОАО «Ковры Бреста», конкурирующее с предприятием не только на внутреннем, но и на внешнем рынке.

Таблица 2 – Динамика сбыта продукции на внутренний рынок в разрезе регионов

В тыс. руб.

Регионы	2018 г.	2019 г.	Абсолютное отклонение	Темп роста, %
Витебская область	4308,7	4841,61	532,89	112,37
Могилевская область	2541,3	2782,00	240,65	109,47
Гомельская область	1856,3	1944,03	87,69	104,72
Гродненская область	1721,4	1830,05	108,64	106,31
Брестская область	1169,9	1197,56	27,71	102,37
Минская область	3229,3	3454,63	225,31	106,98
Итого	14827,0	16049,9	1222,9	108,25

Источник: собственная разработка по данным организации.

Значимым этапом развития ОАО «Витебские ковры» стало приобретение имущества ОАО «Ковры Бреста» в феврале 2020 г. по результатам аукциона. В апреле 2020 г. зарегистрирован филиал «Брестские ковры» ОАО «Витебские ковры». В 2021 году объем производства в филиале «Брестские ковры» планируется нарастить до 1 млн кв.м. ковровых изделий.

К числу одного из важнейших условий сбыта продукции относится установление оптимальных каналов товародвижения. Представляется целесообразным проанализировать структуру реализации продукции по каналам сбыта (рис. 1).

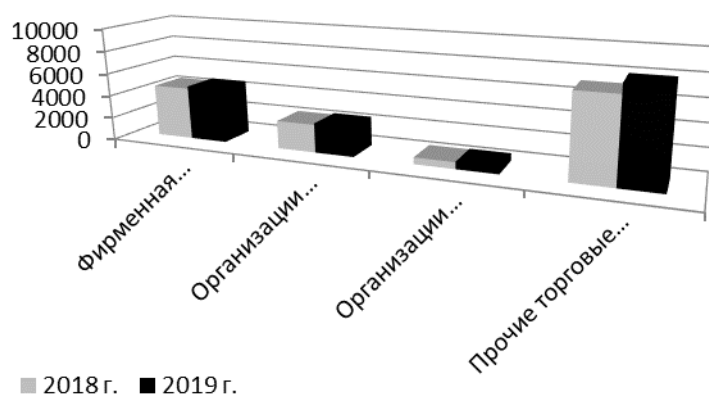


Рисунок 1 – Динамика сбыта продукции по каналам сбыта в натуральном выражении (в тыс. кв. м)

Составлено автором по данным организации.

ОАО «Витебские ковры» реализует продукцию через 34 торговых объекта, 17 из которых расположены в Витебской области, 2 – в Брестской, 3 – в Минской, 2 – Гомельской, 3 – Гродненской, 3 – Могилевской областях и 4 – в г. Минске.

Отмечен рост реализации по всем каналам сбыта (фирменная торговля, организации торговли, организации Белкоопсоюза, прочие торговые организации на территории Республики Беларусь) за исключением внешнего рынка.

Список использованных источников

1. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.]; под редакцией Л. А. Данченко. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 486 с.