

**Ракей Е.А.,  
Станкевич И.И.**  
кафедра информационного менеджмента,  
маркетинга и учета  
УО БГАТУ, г. Минск, Республика Беларусь  
katerina.rakey@gmail.com,  
irinastal@tut.by

## **НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ**

*Аннотация:* Изучены особенности сбытовой политики ОАО «БЕЛАЗ», выделены сильные и слабые стороны сбытовой политики и разработаны направления ее совершенствования с использованием системы «ELMA 365 CRM» и системы электронного документооборота «SMBusiness».

*Ключевые слова:* сбыт, сбытовая политика, информатизация, эффективность.

Сбытовую политику производственной организации следует рассматривать, как целенаправленную деятельность, принципы и методы, осуществления которой призваны организовать движение потока товаров к конечному потребителю, основной задачей является создание условий для превращения потребностей потенциального покупателя в реальный спрос на конкретный товар. К числу таких условий относятся элементы сбытовой политики, каналы распределения (сбыта, товародвижения) вместе с функциями, которыми они наделены.

Предприятия имеют альтернативы в организации распределения своего продукта. При этом в её основе лежат принципиальная ориентация удовлетворения многообразных запросов конечного потребителя (либо на построение такой системы распределения, которая была бы эффективна, как для самой фирмы, так и для посредников) и способ её существования, рассматриваемый как совокупность действий по максимальному приближению товара к целевой группе потребителей (либо наоборот, привлечение потребителей к товару фирмы). Выбор ориентации и способа удовлетворения запросов потребителей и составляет суть фирменной «политики» фирмы в области сбыта.

Опыт, накопленный за рубежом, представляет интерес для совершенствования системы сбыта предприятий Республики Беларусь. Исходя из чего, можно сделать вывод, что основными направлениями улучшения организации сбыта продукции в условиях продолжающе-

гося кризиса являются: расширение договорных форм реализации продукции на основе контрактации; развитие различных форм интеграции, создание кооперативных форм реализации; использование оптовых рынков, аукционов и бирж; модернизация организационно-технической основы систем сбыта продукции.

Объектом исследования является ОАО «БЕЛАЗ» - управляющая компания холдинга «БЕЛАЗ-ХОЛДИНГ» расположенное в г. Жодино, Минской области [1].

К его основным видам деятельности относятся: проектирование и конструирование, производство и сбыт карьерных самосвалов большой и особо большой грузоподъемности (от 30 до 450 тн) в государствах СНГ и странах дальнего зарубежья; гарантийное и фирменное обслуживание продукции предприятия, организация ремонта узлов и агрегатов самосвалов, поставка и сбыт запчастей для ремонтно-эксплуатационных нужд и др.

Важнейшими направлениями экономического развития холдинга «БЕЛАЗ-ХОЛДИНГ» на 2023-2025 гг. являются:

- производство, качественной, динамично обновляемой продукции, отвечающей техническому уровню лучших мировых аналогов;
- совершенствование технического уровня выпускаемой продукции;
- совершенствование метрологического обеспечения производства;
- освоение производства новых изделий в кратчайшие сроки;
- эффективное сервисное обслуживание и его развитие на протяжении всего жизненного цикла товара;
- снижение издержек производства за счет эффективной закупочной деятельности, внедрения в производство разработанного на предприятии плана организационно-технических мероприятий;
- сокращение времени выполнения заказов покупателей путем ускорения инженерных, производственных и управленческих процессов;
- обеспечение функционирования раздела «Поддержка потребителя» на сайте ОАО «БЕЛАЗ»;
- совершенствование системы менеджмента качества;
- проведение агрессивной маркетинговой стратегии, направленной на освоение новых рынков сбыта, на поиск новых партнеров, готовых к сотрудничеству в вопросах реализации продукции ОАО «БЕЛАЗ»;
- обеспечение коэффициента технической готовности продукции в регионах эксплуатации в гарантийный период – не менее 0,8-0,9;

– снижение уровня потребления энергоресурсов на 7-10 % ежегодно.

В 2022 г. предприятием получена прибыль от реализации в размере 125734,0 тыс. рублей. Рентабельность продаж составила 9,5 %. Чистая прибыль общества – 78041 тыс. рублей.

Коэффициент текущей ликвидности составляет 1,85 (при нормативе  $\geq 1,3$ ), коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами – 0,46 (при нормативе  $\geq 0,2$ ), коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами – 0,44 (при нормативе  $\leq 0,85$ ). Таким образом, предприятие является платежеспособным, а предпринимательская деятельность эффективной.

Распределение продукции на предприятии ведется при помощи самостоятельно организованной товаропроводящей сети. ТПС - совокупность юридических лиц или обособленных подразделений Производителя (филиалов, представительств), осуществляющих продвижение, реализацию и сервисное обслуживание продукции Производителя либо продукции, произведенной по выданной Производителем лицензии. ТПС на предприятии организована по территориальному признаку в соответствии с его основными внешними рынками сбыта: Россия, СНГ, дальнее зарубежье. В системе распределения ОАО «БЕЛАЗ» присутствуют прямые (по Республике Беларусь и, частично, Российской Федерации) и косвенные каналы, среди участников последних – торговый дом (он же генеральный дистрибьютор по РФ), дилеры, сервисные центры, совместные предприятия.

В процессе исследования были выявлены сильные стороны сбытовой политики ОАО «БЕЛАЗ»: разветвленная дилерская сеть, качество продукции, инновационные решения, глобальное присутствие и постоянная поддержка клиентов.

Сбытовая политика ОАО «БЕЛАЗ» также имеет некоторые слабые стороны. Вот некоторые из них: зависимость от отраслевых циклов, ограниченный рынок сбыта, отсутствие автоматизации сбытовых процессов, зависимость от экономической ситуации и ограниченная география продаж.

В ходе исследования были предложены следующие мероприятия: внедрение системы «ELMA 365 CRM» и СЭД «SMBusiness» [2, 3]. Указанные программные продукты будут установлены первоначально на 13 рабочих мест с последующим расширением на всю организацию. ЧДД от внедрения «ELMA 365 CRM» составил 1,21 тыс. руб., СЭД «SMBusiness» — 2,7 тыс. руб. Индекс доходности составил 1,04 и 1,03 соответственно.

СЭД представляет собой систему обмена электронными документами между организациями и партнерами без необходимости использования бумажных документов. Ее внедрение может принести, такие преимущества, как:

- увеличение эффективности: СЭД позволяет сократить время на обработку и передачу документов. Электронные документы могут быть отправлены и получены мгновенно, что существенно ускоряет процессы сбыта и обмена информацией между организациями;

- снижение затрат. Использование электронных документов позволяет сократить расходы на печать, доставку, хранение и обработку бумажных документов. Это также снижает вероятность ошибок, связанных с ручным вводом данных;

- повышение точности и надежности. Электронные документы обладают высокой степенью точности и надежности. Они могут быть созданы с использованием предустановленных шаблонов, что снижает риск ошибок при заполнении информации. Кроме того, электронные документы легко отслеживаются, аудируются и хранятся, что обеспечивает целостность и доступность информации;

- улучшение коммуникации с партнерами. ЭДО упрощает коммуникацию и обмен информацией с партнерами. Он позволяет быстро обмениваться заказами, счетами, договорами и другими документами, что способствует более эффективному взаимодействию и сотрудничеству;

- экологическая эффективность. Внедрение ЭДО также вносит вклад в снижение использования бумаги и других ресурсов, что способствует сокращению негативного воздействия на окружающую среду.

В результате внедрения программного продукта ожидается сокращение времени работы сотрудников на 15 %, повышения скорости обработки документов на 10 %, снижение вероятности ошибки на 4 %, а также повышения эффективности принятия управленческих решений на 8 %.

Система «ELMA 365 CRM» — это клиентская управленческая система от компании ELMA. Она предназначена для организации и автоматизации процессов взаимодействия с клиентами и управления продажами. ELMA 365 CRM предоставляет комплексный набор инструментов для эффективного управления отношениями с клиентами, отслеживания продаж, анализа данных и повышения уровня обслуживания.

В результате внедрения программного продукта ожидается сокращение времени работы сотрудников на 10 %, повышения скорости обработки

документов на 3 %, снижение вероятности ошибки на 4 %, а также повышения эффективности принятия управленческих решений на 3 %.

Таким образом, использование предложенного программного продукта позволит предприятию не только обеспечить организацию и автоматизацию процессов взаимодействия с клиентами и управления продажами, но предоставит комплексный набор инструментов для эффективного управления отношениями с клиентами, отслеживания продаж, анализа данных и повышения уровня обслуживания. Данное мероприятие способствует улучшению не только управлению качеством обслуживания маршрутов и клиентов, но и системы менеджмента качества предприятия в целом.

### Список литературы

1. ОАО «БЕЛАЗ» — управляющая компания холдинга «БЕЛАЗ-ХОЛДИНГ»: Официальный сайт. Режим доступа: <https://belaz.by/>. Дата доступа: 03.11.2022.
2. Официальный сайт ELMA365 — Low-code система для автоматизации внутренних бизнес-процессов и CRM [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://elma365.com/ru/>. – Дата доступа: 03.02.2023.
3. СЭД «SMBusiness» – система электронного документооборота [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://smbusiness.by/> – Дата доступа: 12.02.2023.

**Рябцева Н.А.,**

студентка группы МЭУ 211з  
«Менеджмент» (профиль Маркетинг),  
кафедра «Экономическая безопасность  
и качество», ФГБОУ ВО «ТГТУ»

## ЭЛЕКТРОННЫЙ ПОЛИС: ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ О СИСТЕМЕ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ

*Аннотация:* В статье автор знакомит читателей с системой обязательного медицинского страхования. Даются пояснения о Едином регистре застрахованных лиц, что исключает дублирование информации, упрощает процесс оформления документов и повышает эффективность обмена данными между всеми участниками системы ОМС.

*Ключевые слова:* электронный полис, система, медицинское страхование, застрахованные лица.