

Бородулина Елизавета Дмитриевна

студентка

Институт экономики и менеджмента

ФГБОУ ВО «Сибирский государственный

индустриальный университет»

г. Новокузнецк, Кемеровская область

Научный руководитель

Стрекалова Светлана Александровна

старший преподаватель

ФГБОУ ВО «Сибирский государственный

индустриальный университет»

г. Новокузнецк, Кемеровская область

DOI 10.21661/r-586031

ПРОБЛЕМА СБЫТА ПРОДУКЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «ЕВРАЗ»

***Аннотация:** в статье рассматривается вопрос об основных вызовах и стратегиях увеличения сбыта продукции компании «ЕВРАЗ» в условиях современной глобальной экономики, характеризующейся высокой конкуренцией, изменчивостью спроса, логистическими сложностями, международными санкциями и требованиями устойчивого развития. Анализируются проблемы ценовой конкуренции, диверсификации продуктовой линейки, оптимизации логистики, внедрения цифровых технологий и экологических инициатив. Предлагаются меры по расширению рынков, использованию цифрового маркетинга, развитию инновационных решений и созданию гибких условий сотрудничества для укрепления позиций компании и повышения объема продаж.*

***Ключевые слова:** ЕВРАЗ, сбыт продукции, металлургия, конкурентоспособность, логистика, цифровизация, инновации, устойчивое развитие, экспорт, рыночные условия, диверсификация, маркетинг.*

В условиях глобальной экономики, характеризующейся высокой конкурентоспособностью и изменчивостью рыночной среды, проблема сбыта продукции становится одной из ключевых для многих компаний. Одним из ярких примеров является группа компаний «ЕВРАЗ», занимающаяся производством и продажей металлургической продукции. Рассмотрим, какие вызовы стоят перед «ЕВРАЗ» в сфере сбыта и как компания реагирует на современные вызовы.

Металлургическая отрасль является одной из самых конкурентных. «ЕВРАЗ» сталкивается с жесткой конкуренцией как со стороны отечественных производителей, так и со стороны зарубежных компаний. Это приводит к необходимости постоянного мониторинга ценовой политики и качества продукции. В условиях снижения цен на металлургию, вызванного перепроизводством в некоторых регионах, «ЕВРАЗ» должен находить способы для поддержания своей конкурентоспособности.

Современные условия также характеризуются изменениями в спросе на металлургическую продукцию. В последние годы наблюдается тенденция к снижению потребления стали в традиционных отраслях, таких как строительство и машиностроение. Это требует от «ЕВРАЗ» адаптации своей продуктовой линейки и диверсификации, чтобы удовлетворить потребности новых рынков, таких как производство возобновляемых источников энергии или электроники.

Сбыт продукции «ЕВРАЗ» также сталкивается с проблемами логистики. Металлургическая продукция требует значительных затрат на транспортировку, что может влиять на конечную цену товара. Эффективная организация логистических процессов становится критически важной для минимизации затрат и повышения скорости доставки. В условиях глобальных цепочек поставок любые сбои могут привести к задержкам и потерям.

Еще одной значительной проблемой для «ЕВРАЗ» являются международные санкции и политическая нестабильность. Ограничения на экспорт и импорт могут значительно усложнить сбыт продукции как внутри страны, так и за ее пределами. Компании необходимо искать новые рынки сбыта и альтернативные каналы поставок, что требует дополнительных ресурсов и времени.

Современные условия требуют от компаний внедрения инновационных решений и цифровизации процессов. «ЕВРАЗ» активно работает над улучшением своих производственных процессов и систем управления сбытом с помощью современных технологий. Внедрение CRM-систем, автоматизация учета и управление данными о клиентах помогают компании лучше понимать потребности своих клиентов и оперативно реагировать на изменения рынка.

Современные потребители все больше обращают внимание на экологические аспекты производства. «ЕВРАЗ» сталкивается с необходимостью интеграции принципов устойчивого развития в свою стратегию сбыта. Это включает в себя использование экологически чистых технологий, сокращение углеродного следа и активное участие в социальных инициативах.

Для возможного увеличения сбыта продукции «ЕВРАЗ» в современных условиях необходимо расширять географию рынков, активно использовать цифровой маркетинг и онлайн-продвижение, диверсифицировать ассортимент продукции с учетом новых трендов, оптимизировать логистические цепочки для снижения затрат и сроков доставки, внедрять современные цифровые технологии и системы управления взаимоотношениями с клиентами, а также создавать гибкие условия сотрудничества и акцентировать внимание на экологическую ответственность и устойчивое развитие, что поможет укрепить позиции компании и увеличить объемы продаж.

Проблема сбыта продукции в современных условиях является многогранной и требует комплексного подхода. Для «ЕВРАЗ» это означает необходимость постоянной адаптации к меняющимся условиям рынка, внедрение инновационных решений и активное взаимодействие с клиентами. Успешное решение этих задач позволит компании не только сохранить свои позиции на рынке, но и укрепить их в условиях растущей конкуренции и изменчивости внешней среды.

Список литературы

1. ЕВРАЗ // Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.euraz.com> (дата обращения: 10.09.2025).

2. Иванов И.И. Современные подходы к управлению сбытовой деятельностью / И.И. Иванов // Менеджмент и маркетинг. – 2021. – №3. – С. 45–52.
3. Петров П.П. Логистика в металлургической промышленности: современные тенденции и решения / П.П. Петров. – М.: Наука, 2020. – 312 с.
4. Федеральное агентство по промышленности. Отчет о состоянии металлургического комплекса России // Официальный сайт Росстата, 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 10.09.2025).
5. Кузнецов А.А. Инновационные технологии в управлении сбытом / А.А. Кузнецов // Вестник экономики и управления. – 2022. – №4. – С. 78–84.
6. Международные санкции и их влияние на экспорт металлургической продукции // Аналитический обзор. Экспертное мнение. 2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://expert.ru> (дата обращения: 10.09.2025).
7. Дмитриева Е.В. Экологические аспекты металлургического производства и их влияние на сбыт / Е.В. Дмитриева // Экология и экономика. – 2020. – №2. – С. 67–73.