

столы, чемпионаты.

Таким образом, в ходе разработки маркетинговой стратегии было доказано, что производство инновационной зимней экипировки под брендом SPORTIME имеет четкие направления действий в области маркетинга для достижения конкурентных преимуществ и обеспечения эффективной деятельности.

Список использованных источников

1. Яшева, Г. А. Теоретико-методологические основы конкурентных преимуществ / Г. А. Яшева // Веснік Беларускага дзяржаўнага эканамічнага ўніверсітэта. – 2004. – № 1. – С. 9.
2. Яшева, Г. А. Формирование кластерного механизма активизации инновационной деятельности в Республике Беларусь / Г. А. Яшева // Белорус. экономич. журнал. – 2008. – № 4. – С. 75–88.

УДК 658.8

АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО ПО «ЭНЕРГОКОМПЛЕКТ» И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Яшева Г.А., д.э.н., проф., Минина Е.А., студ.

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

Реферат. В статье изложен анализ организации сбытовой деятельности предприятия ООО ПО «Энергокомплект», который включает: анализ структуры потребителей кабельной продукции предприятия, основные рынки сбыта, мероприятия по совершенствованию сбытовой деятельности.

Ключевые слова: сбыт, сбытовая политика, рынки сбыта, товародвижение, маркетинг, совершенствование сбытовой политики, реализация, управление сбытовой деятельностью.

Выпускаемая продукция ООО ПО «Энергокомплект» реализуется через широкую торговую сеть филиалов в Республике Беларусь (во всех областных центрах) и Российской Федерации (г. Москва, г. Санкт-Петербург, г. Казань, г. Ростов-на-Дону). Высокая деловая репутация предприятия, зарекомендовавшего себя надежным поставщиком, и качество поставляемой продукции оцениваются очень высоко конечными потребителями. ООО «ПО «Энергокомплект» осуществляет поставки кабельно-проводниковой продукции в Республику Беларусь, Российскую Федерацию, Литву, Чехию, Грузию, Казахстан, Польшу, Словению, Венгрию, Украину, Туркменистан, Азербайджан, Латвию, Эстонию, Узбекистан. Структура сбыта по отраслям ООО ПО «Энергокомплект» представлена в таблице 1.

Как мы можем заметить, в круг потребителей ООО «ПО «Энергокомплект» входят предприятия различных отраслей промышленности: энергетики, нефтегазовой отрасли, строительной индустрии, горнодобывающей промышленности, транспортной сферы. Наибольший удельный вес – предприятия энергетики (45 %) и химической отрасли (18 %).

Тесное взаимодействие со многими транспортными компаниями, а также наличие собственной транспортной базы обеспечивают четкую и своевременную организацию отгрузки и доставки продукции конечному потребителю. Предприятие ООО ПО «Энергокомплект» предлагает доставку своей продукции в любую точку мира.

Основной задачей отдела экспорта является увеличение поставляемой номенклатуры выпускаемой продукции, оказания работ (услуг) как на внутренний рынок, так и за пределы РБ. Основные рынки сбыта продукции за январь-декабрь 2016 года представлены на рисунке 1.

Как мы видим, ООО ПО «Энергокомплект» поставляет свою продукцию не только в постсоветские страны, но и активно сотрудничает со странами Прибалтики, Западной Европы.

Таблица 1 – Структура сбыта ООО ПО «Энергокомплект» по отраслям в 2016 г.

Энергетика	Нефтегазовая отрасль	Пищевая промышленность	Химическая отрасль	Строительство
ОАО «Белэнергоснаб-комплект»	ОАО «Нафтан»	ОАО «Скидельский сахарный комбинат»	ОАО «Беларуськалий»	УП «Минскметрострой»
УПТК ОАО «Белсель-электросетьстрой»	РУП ПО «Белоруснефть»	ОАО «Савушкин продукт»	ОАО «Нафтан» завод «Полимир»	РДСМУП «Жлобин-металургстрой»
РУП «Витебскэнерго»	-	ООО СП «Санта Бремор»	Филиал «Завод Химволокно» ОАО «Гродно Азот»	РУП «Белорусский металлургический завод»
РУП «Минскэнерго»	-	-	ОАО «Гродно Азот»	-
РУП «Могилевэнерго»	-	-	-	-
РУП «Брестэнерго»	-	-	-	-
РУП «Гродноэнерго»	-	-	-	-
РУП «Гомельэнерго»	-	-	-	-
УП «Мингорсвет»	-	-	-	-
ОАО «Белэлектромонтаж»	-	-	-	-
45 %	9 %	14 %	18 %	14 %

Источник: собственная разработка.

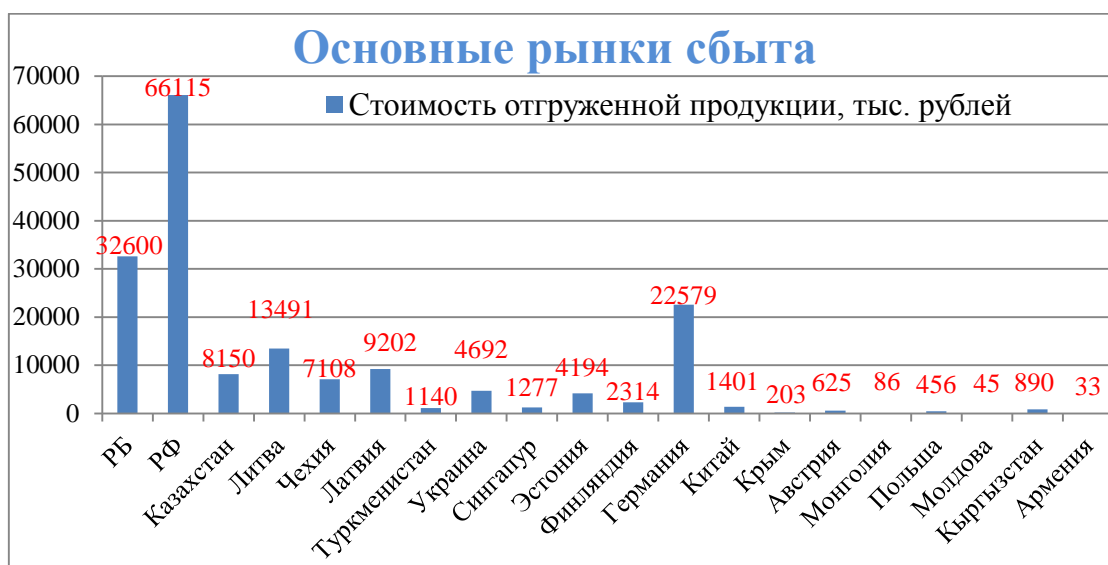


Рисунок 1 – Структура сбыта по географическим рынкам ООО ПО «Энергокомплект»

Основным каналом распределения на предприятии являются оптовые посредники, которые в дальнейшем используют кабельно-проводниковую продукцию для перепродажи. Сбыт через посредников имеет как положительные, так и отрицательные стороны. Даже если производитель и может позволить себе создать собственные каналы сбыта, во многих случаях ему удастся заработать больше, если он направит деньги в свой основной бизнес. Если производство обеспечивает норму прибыли в 20 %, а занятие розничной торговлей дает только 10 %, фирма естественно не захочет сама заниматься розничной торговлей. Благодаря своим контактам, опыту, специализации и размаху деятельности посредники предлагают фирме больше того, что она могла бы сделать в одиночку. Также плюсом данной системы сбыта для производителя является возможность сразу поставлять крупным

оптовым фирмам большие партии товаров. Тем самым отпадает необходимость в создании и финансировании деятельности собственных каналов сбыта.

С другой стороны, работая через посредников, производитель в какой-то мере теряет контроль над тем, как и кому продает товар, и не всегда получает от торговых фирм нужную и достаточно эффективную информацию о положении на рынке и продвижении товара.

Основными направлениями совершенствования сбытовой политики ООО ПО «Энергокомплект» являются следующие.

- Выход на новые рынки. Для этого проводится маркетинговое исследование рынка кабельной продукции интересующей страны: изучается ёмкость, определяются конкуренты, стандарты производства кабельно-проводниковой продукции. Исходя из полученных данных, обосновывают мероприятия по выходу на внешний рынок.

- Совершенствование распределения путём открытия нового склада в Минске. Данное мероприятие позволит снизить транспортные расходы предприятия, повысить скорость и уровень сервисного обслуживания потребителей, что и повлечет рост объема реализации продукции на рынке Республики Беларусь. Для города с таким потенциалом необходимо наличие склада, который с точки зрения логистики мог бы удовлетворить потребности всего города и региона в целом.

- Открывая фирменный склад, можно сделать продукцию доступной для партнёров и дать им больше возможностей для развития. Открытие склада также решает вопрос с оперативностью поставок и, конечно, повышает узнаваемость предприятия на территории города Минска и Минской области.

- Увеличение объёма продаж за счёт выпуска нового товара. Планируется освоение новых стандартов производства кабельно-проводниковой продукции.

Таким образом, внедрение предложенных направлений сбытовой деятельности позволит ООО ПО «Энергокомплект» повысить эффективность своего производства.

Список использованных источников

1. Яшева, Г. А. Теоретико-методологические основы конкурентных преимуществ / Г. А. Яшева // Веснік Беларускага дзяржаўнага эканамічнага ўніверсітэта. – 2004. – № 1. – С. 9.
2. Яшева, Г. А. Формирование кластерного механизма активизации инновационной деятельности в Республике Беларусь / Г. А. Яшева // Белорус. экономич. журнал. – 2008. – № 4. – С. 75–88.

УДК 334.021.1

ПРОБЛЕМЫ ЕВРАЗИЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Егорова В.К., к.э.н., доц., Марецкая В.Д., студ.

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

Реферат. В статье рассматриваются вопросы, связанные с взаимодействием стран ЕАЭС между собой и третьими странами, продуктивностью их торгово-экономического и инвестиционного сотрудничества, современным состоянием интеграционных процессов на постсоветском пространстве.

Ключевые слова: Евразийский экономический союз, ЕАЭС, Евразийская интеграция, взаимная торговля, инвестиционное сотрудничество.

Международный регион постсоветской Евразии представлен периферийными и полупериферийными странами, первостепенной задачей которых является укрепление национальных экономик и превращение их из объектов в полноправные субъекты международных экономических отношений. Для этой цели необходимо в полной мере использовать потенциал регионализации в многостороннем и двустороннем форматах, на уровне интеграционных объединений, стран и их районов. Действовавшие до последнего времени региональные объединения не могли исполнять функцию инструмента