

Список использованных источников

- 1 Культурная политика России. История и современность. Два взгляда на одну проблему / Рос. ин-т культурологии. – М.: Либерей.
- 2 Творческие индустрии в современном городе: как развивать талант и предпринимательство в Санкт-Петербурге / Под ред. Е. Беловой [и др.]. – СПб.: Tacis, 2002.
- 3 Creative Industries and Development. / UNCTAD. - São Paulo, 13-18 June 2004.
- 4 Cultural Policy in the Europe. – Strasbourg: Council of Europe Publ., 1999.
- 5 Cultural Policy in the Russian Federation. – Strasbourg: Council of Europe Publ., 1997.
- 6 European perspectives on Cultural Policy / Ch. Gordon, S. Mundy. - Paris: UNESCO Publ., 2001.
- 7 Razlogov K., Fedorova T. Russia // Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe [Электронный ресурс] / Council of Europe/ERICarts – 8th edition, 2007. Режим доступа: <http://www.culturalpolicies.net/web/profiles-download.php>.

УДК 658.8

**ИССЛЕДОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ**

Н.В. Мацкевич

*УО «Витебский государственный технологический
университет», г. Витебск, РБ*

Сегодняшняя динамично развивающаяся экономика приводит к тому, что фирмы и организации вынуждены постоянно эволюционировать, чтобы не остаться за бортом прогресса и бизнеса. Насыщение абсолютно всех рынков товарами в такой мере, что компаниям приходится буквально биться за покупателей, приводит к пониманию исключительной роли сбыта в деятельности фирмы. Продукция или услуга, произведенная фирмой, должна быть оптимальным образом продана: то есть, с учетом всех предпочтений и пожеланий клиентов, и с получением наибольшей выгоды. Поэтому главная задача любого предпринимателя – идеальным образом совместить желания клиентов и собственные производственные возможности. В этом случае у него будет возможность доказать покупателю неоспоримые преимущества своего товара, или услуги. В современных условиях конкурентной среды главная цель сбыта продукции состоит в реализации экономического интереса производителя (получение предпринимательской прибыли) на основе удовлетворения платежеспособного спроса потребителей, а главная задача системы управления сбытом продукции состоит в обеспечении сохранения хозяйствующим субъектом предпочтительной доли рынка в целях достижения превосходства над конкурентами.

Однако как показывают исследования, в настоящее время перед многими предприятиями стоит проблема повышения эффективности сбытовой деятельности. В то же время у предприятий не всегда хватает ресурсов для проведения масштабных маркетинговых исследований и грамотных заинтересованных специалистов, способных на практике осуществить комплексный анализ уже существующей системы сбыта. Для выживания в рыночных условиях отечественные товаропроизводители должны производить то, что продается, а не продавать то, что они производят. Грамотно построенная система организации и контроля сбыта способна обеспечить конкурентоспособность компании.

Как показывает практика, многие руководители предприятий не осознают значимости сбытовой политики, что приводит к потере контроля над состоянием дел в этой области и созданию трудностей при принятии решений. Предприятия вынуждены самостоятельно искать способы решения вопросов, возникающих на практике.

Целью данного исследования является выявление проблем сбытовой деятельности, а также поиск потенциальных резервов развития системы сбыта ОАО «Воропаевский ДОК», которое осуществляет производство и реализацию мебели различного функционального назначения.

Проведённый анализ деятельности ОАО «Воропаевский ДОК» показал, что система организации сбыта, существующая в настоящий момент на предприятии не достаточно эффективно справляется с поставленными перед ней задачами, о чём свидетельствуют показатели производственно-хозяйственной деятельности за 2006-2007 годы. Так, хотя объём реализации продукции и увеличился в 2007 году на 9,7% по сравнению с 2006 годом, в тоже время по итогам года предприятие получило убыток от реализации продукции. Что касается остатков готовой продукции на складе, то их размер на начало 2008 года превысил среднемесячный объём производства более чем в 3 раза. Предприятие строит свою сбытовую политику по региональному принципу. Доля экспорта в общем объёме реализации уменьшилась в 4,5 раза и составила 5,1% (продукция поставляется во Францию). Поставки в Россию прекратились, что обусловлено отказом заказчиков от продукции в связи с ростом отпускных цен предприятия. Анализ динамики и структуры объёма реализованной продукции по каналам сбыта показал, что наибольший объём продаж приходится на оптовых посредников, но выявлена и тенденция в увеличении доли фирменной торговли в общем объёме реализации.

Основной проблемой, связанной с увеличением объёмов продаж продукции явилось то, что ОАО «Воропаевский ДОК» недостаточное внимание уделяет стимулированию спроса и рекламе.

На предприятии практикуется изготовление мебели по индивидуальным заказам покупателей из массива древесины (при поставке на экспорт, отделяется методом искусственного старения) и из ДСП. Учитывая насыщенность рынка мебелью, а так же большое количество мебельных фабрик, основная задача заключается в расширении ассортимента продукции из массива (так как на эту мебель есть спрос) и продвижении ее на рынок стран СНГ и дальнего зарубежья.

В результате проведённых исследований выявлена необходимость совершенствования имеющейся системы сбыта предприятия. Организация сбыта должна осуществляться в соответствии со всем комплексом рыночных и производственных факторов деятельности предприятия, иначе система сбыта вступает в конфликт с установками маркетинговой стратегии. Мероприятия должны быть направлены на максимальное использование потенциала предприятия.

В качестве основных направлений повышения эффективности сбытовой деятельности ОАО «Воропаевский ДОК» можно внести следующие предложения.

1. Оптимизация запасов готовой продукции. Разработать систему скидок для проведения распродаж запасов определённых видов готовой продукции по сниженным ценам. Цены должны быть установлены не ниже переменных затрат. Вырученные денежные средства рекомендуется направлять на производство тех видов продукции, которые пользуются наибольшим спросом.

2. Разработка программы стимулирования сбыта (организация рекламной кампании, налаживание связи с потребителями и создание имиджа предприятия).

3. Построение дилерской сети с привлечением партнёров из стран-импортёров. Хорошо организованная дилерская сеть даёт большой список прямых выгод.

4. Участие ОАО «Воропаевский ДОК» в тендерных торгах. Осуществление данного мероприятия позволит получить дополнительный объём прибыли, расширить рынок

сбыта продукции, загрузить производственные мощности предприятия, освоить новый, ранее не используемый ОАО «Воропаевский ДОК», способ реализации продукции.

5. Расширение сети фирменных секций в розничной торговле Республики Беларусь.

6. Внедрение процедуры регулярного анализа товарного ассортимента, мониторинга рынка.

7. Разработка и внедрение системы мотивации сотрудников отдела продаж.

8. Организация подготовки и повышения уровня знаний сотрудников службы сбыта предприятия с привлечением квалифицированных специалистов институтов.

9. Разработка англоязычной версии Web-сайта.

10. Размещение информации предприятия в печатных изданиях справочно-информационного характера Республики Беларусь и Российской Федерации.

11. Участие в выставках-ярмарках на территории Республики Беларусь и за ее пределами.

Реализация вышеназванных предложений в ОАО «Воропаевский ДОК» позволит повысить эффективность сбытовой деятельности и увеличить объемы продаж его продукции.

УДК 330.35:001.895

ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

О.В. Машевская

*УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации», г. Гомель, РБ*

В настоящее время особое место в изучении экономического роста стал занимать (наряду с экстенсивным и интенсивным) инновационный тип роста, под которым следует понимать прирост объема ВВП за счет использования новейших технологических достижений, создания нового, более качественного продукта, имеющего более высокую добавленную стоимость и более высокую конкурентоспособность как на внутреннем, так и на мировых рынках наукоемких товаров. В основе инновационного роста лежит анализ технологий, использование передовых знаний и информационных потоков, которые позволяют создавать благоприятную среду для устойчивого экономического роста, повышения качества жизни людей в экономических системах на всех уровнях, от фирмы до макроэкономической политики государства.

Использование передовых знаний и информационных потоков является основной средой и механизмом продуцирования внедрения инноваций и роста, в результате чего формируется новая инновационная экономика, экономика, основанная на знаниях. Результатом деятельности такой экономики (и одновременно – ее товаром) будут являться знания, особенно новые. Сегодня основные усилия затрачиваются на «производство», распределение и использование знаний, в отличие от предшествующих стадий экономического развития, где в центре этих усилий был вещественный продукт. Содержанием нового инновационного продукта знаний является информация, во всех возможных видах и формах, к тому же информационные ресурсы практически не ограничены; в связи с чем формируется и новое название – информационная экономика.

В информационной экономике ведущим фактором создания дополнительной стоимости становятся соответственно, знания и информация. В данной экономике происходит формирование такой стоимости, которая как макроэкономическая