

чить потребности отечественного производства в базовых маслах высокого качества; избежать дополнительных затрат на ликвидацию последствий от загрязнения окружающей среды нефтеотходами; увеличить налоговые поступления в бюджеты разных уровней; уменьшить нагрузку на природоохранные фонды; обеспечить рынок конкурентоспособной продукцией отечественного производства; уменьшить цены на нефтепродукты за счет их изготовления на масляной основе из регенерированных нефтеотходов, себестоимость которой на 50% меньше себестоимости базового масла, изготовленного из сырой нефти; повысить конкурентные позиции страны и избежать зависимости от ценовых колебаний импортеров нефтепродуктов; повысить уровень энергетической независимости страны; способствовать переориентации потока нефтеотходов из теневой экономики в реальную.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ ОБОСНОВАНИЯ ВЫБОРА ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКОВ СБЫТА

В.С. Вавилонская

Полоцкий государственный университет, г. Новополоцк, Беларусь

В настоящее время глобализация мировой экономики подталкивает организации, заинтересованные в создании конкурентных преимуществ, к выходу на зарубежные рынки, т.к. это предоставляет новые возможности сбыта продукции.

При выходе белорусской организации на зарубежный рынок перед ее руководством и коллективом в целом встает целый ряд серьезных и трудных для разрешения вопросов, первоочередным из которых является учет различий между странами во всех сферах, которые могут повлиять на деятельность отечественной организации. Работа на зарубежном рынке, охватывает не только сбыт, но и другие сферы деятельности организации, в том числе производство, НИОКР, снабжение, финансы и т.д. Кроме того, здесь требуется глубокое понимание социально-экономических и национально-культурных условий, сложившихся в той стране, с которой будет связана деятельность организации. Могут иметь место различия в каналах распространения, методах транспортировки и хранения, законодательном и юридическом обеспечении, таможенных правилах. В каждой стране существуют национальные особенности в области средств рекламы, приемлемости тех или иных сюжетов с точки зрения культуры, религии, традиций и т.д., а также различия в системах определения затрат, свои квоты и валютный контроль. Все эти особенности значительно повышают общий коммерческий риск сбытовой деятельности на зарубежном рынке. Так, неустойчивость валютной системы может привести к неожиданным результатам, превращая буквально в течение нескольких дней исключительно выгодную сделку в убыточную.

Все это обуславливает высокую актуальность выбранной темы.

В целях совершенствования сбытовой деятельности СООО «Завод НО-ДВИГ», автором была разработана методика оценки и анализа зарубежных рынков сбыта. Предложенная методика позволяет максимально качественно выбрать и оценить альтернативные варианты зарубежных рынков, учесть ряд количественных и качественных показателей в соответствии с их важностью в контексте анализа рыночной ситуации на зарубежных рынках.

Методика состоит из трех этапов.

Первый этап включает в себя отбор рынков по методу «сужения». Метод «сужения», позволяет организации выбрать оптимальное число рынков для изучения.

На втором этапе проводится маркетинговая оценка всех потенциальных зарубежных рынков.

На третьем этапе методики проводится оценка эффективности управленческого решения по выбору зарубежного рынка, на основании сравнения возможной выручки на экспортном рынке и выручки за тот же объем продукции и период времени на национальном рынке.

Разработанная методика может быть использована для анализа и оценки зарубежных рынков практически любой белорусской организацией, от мелкой коммерческой до крупнейшего производственного объединения.

Предложенная методика, путем рационального и обоснованного выбора зарубежного рынка сбыта, позволит организациям избежать ошибочной ориентации на неперспективный рынок, которая может повлечь за собой финансовые и временные потери от проведения маркетинговых мероприятий, командировочных расходов, затрат на организацию каналов сбыта, рекламы и представительских расходов, и т.д.

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНЦЕПЦИЙ

Ю.Г. Вайлунова

Витебский государственный технологический университет, г. Витебск, Беларусь

В условиях глобальных изменений: снижения спроса из-за международного финансово-экономического кризиса; усиления международной конкуренции, вступления России в ВТО, эффективность и конкурентоспособность предприятий легкой промышленности Республики Беларусь снизилась.

Продукция легкой промышленности имеет устойчивый спрос, она востребована практически во всех сферах жизнедеятельности человека, формирует спрос в смежных отраслях промышленности (машиностроение, химическая промышленность, автомобилестроение, АПК).

В последнее время в Беларуси наблюдался резкий спад объемов производства продукции отрасли. Если раньше удельный вес легкой промышленности в структуре промышленного комплекса составлял 17,2 %, то в дальнейшем – 6,3 %. Износ