

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Рыбалко Юлия Александровна, к.э.н.

Мацкевич Татьяна Сергеевна, магистрант

Полесский государственный университет

Rybalko Yulia, PhD

Matskevich Tatyana Sergeevna, Master's student

Polesky State University

Аннотация. Работа предприятий в новых экономических условиях предполагает реструктурирование всех функциональных сфер деятельности хозяйствующих субъектов, но главным образом это касается сферы сбыта готовой продукции. Совершенствование сбытовой деятельности предприятия состоит в том, чтобы доводить товары до потребителя в том месте, в том количестве и такого качества, которые требуются, а также максимально использовать свои возможности для улучшения обслуживания покупателей.

Ключевые слова: конкурентоспособность, сбыт, предприятие, продукция, совершенствование.

Открытое акционерное общество «Пинский завод искусственных кож» является одним из ведущих предприятий в Республике Беларусь, производящим искусственные материалы на основе суспензионного и эмульсионного поливинилхлорида.

Продукция предприятия востребована на рынках Республики Беларусь и создает здоровую конкуренцию импортным аналогам из России, Турции и Китая.

Изучая, предпочтения покупателей кленки столовой, было выявлено, что большинство респондентов довольны качеством продукции, однако предпочитают обновленный дизайн данной позиции. Для разработки новых рисунков требуется:

- услуги дизайнера;
- покупка валов, на которые собственно и наносится рисунок и в конце рисунок с этого вала переносится на тканную либо нетканую основу.

Исследованиями установлено, что, несмотря на дополнительные расходы, кленка с новыми рисунками будет пользоваться популярностью и продажи от этого увеличатся.

Таким образом, расширение ассортимента, связанное с изготовлением изделий из медицинской клеенки имеет смысл.

Для разработки данного предложения требуется следующее:

- технология пошива того или иного изделия;
- наполнитель изделия (к примеру, поролон);
- швеи;
- швейные машины.

Также одним из способов повышения сбытовой активности является реклама. В нашем случае рекламу можно проводить различными способами. Можно заказать наружную рекламу в местах, где оказываются бизнесмены. Такими местами могут служить различные бизнес центры, где сосредоточена деловая активность. Наружная реклама плоха тем, что имеет очень долгий срок окупаемости и отдача от нее может прийти только через несколько лет. К наружной рекламе можно отнести различные растяжки, билборды, световые короба.

К наружной рекламе также относится реклама на транспорте. Исследования показали, что данный вид рекламы имеет достаточно высокую эффективность, особенно это касается рекламы на общественном транспорте. Самый большой плюс данного мероприятия – это большой охват аудитории. Общественный транспорт ездит по городу и на него обращают внимание многие люди. Но для оптового предприятия такая реклама не принесет достаточно много пользы. Данный вид рекламы имеет смысл для розничной торговли.

Можно провести печатную рекламу. К ней можно отнести рекламу в различных местах продажи тех или иных товаров. Например, в аптеках можно разместить различные листовки с изображением медицинской клеенки. В местах продаж клеенки столовой можно разместить также листовки и каталог имеющихся рисунков и цветовой гаммы. Для создания каталога могут потребоваться услуги фотографа, который имеет опыт предметной съемки. Также с ним желательно заключить долгосрочный контракт, так как на предприятии могут появляться новые рисунки, либо новая цветовая гамма, соответственно их нужно будет постоянно фотографировать.

Также мы выяснили, что разработка собственного сайта могла бы привлечь больше новых клиентов.

В данный момент существует следующая собственная товаропроводящая сеть:

- один фирменный магазин, один оптовый склад в городе г. Гомель,
- 17 фирменных секций и 12 дилеров:
 - 1) на территории Республики Беларусь – 6;
 - 2) в странах СНГ – 5:
 - в Казахстане – ТОО «Дузен групп», ТОО «Атс-Транс»;
 - в Узбекистане – ООО «Сван»;
 - в Российской Федерации- ООО «Конкорд Полиграфия»;
 - в Украине – ООО «Амкодор-Укрспецмаш»;

Исследуя основные рынки сбыта ОАО «Пинский завод искусственных кож» можно сказать, что у предприятия есть огромный потенциал к завоеванию новых рынков продукции. Основными внешними рынками сбыта являются Россия, Украина, Казахстан, Узбекистан. Помимо дилерской сети по данным товарным группам предприятие поддерживает активное сотрудничество с крупными торговыми сетями и предприятиями различных форм собственности.

Важным каналом реализации продукции также является фирменный магазин, поскольку использование данного канала позволяет более подробно изучить спрос покупателей, обеспечить покупателю доступность товара и увидеть весь ассортимент продукции.

Существующая система использования каналов продаж позволяет избежать затоваривания складов и планировать ожидаемую выручку от реализации продукции.

Для того чтобы более эффективно работать на рынке, необходимо иметь информационную базу о потребностях в товаре и наличии его на складе, контролировать и управлять товарными запасами, иметь информацию о конкурентах.

Многообразные связи и отношения между участниками рынка продавцами и покупателями можно рассматривать как единую цепочку различных каналов распределения, то есть тех реальных путей, по которым поток товаров и услуг идет в направлении от производителей к потребителям.

В настоящее время интернет-сайты имеют высокую популярность. Современные покупатели редко обходятся без анализа продукции и цен в различных местах продаж и сравнения товаров в Интернете, что в виду невысокого уровня конкуренции не представляется возможным; – стационарный компьютер является привычным средством работы в сети и осуществления онлайн-покупок, поскольку не у всех ритейлеров есть версии интернет-сайтов или онлайн-магазинов для смартфонов либо существующие мобильные приложения требуют дальнейшего совершенствования – максимально быстро, в том числе и напрямую с мобильного телефона. Торговым сетям стоит предлагать приложения для смартфонов [1].

Разработав собственный сайт, имеет смысл туда подключить SEO-сопровождение. SEO – (SearchEngineOptimization) – это комплекс мер для повышения позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по заранее отобранным запросам. То есть разработчики изначально закладывают в текст слова, чтобы поисковая система находила данный сайт как подходящий по тому или иному запросу [2].

Еще одним инструментом рекламы сайта является таргетинг. Таргетинг – это инструмент маркетинга, который на просторах интернета выделяет именно интересующую вас целевую аудиторию и будет выставлять вашу рекламу именно этой аудитории [3].

К рекламе в интернете стоит отнести рекламу в социальных сетях. Изначально, конечно, стоит завести свою страницу в социальных сетях с возможностью связи через эти социальные сети с менеджером по продажам. Как показывает статистика, реклама в социальных сетях и в принципе в интернете имеет высокую отдачу, а соответственно повышение деловой активности.

Также для рекламы в интернете, для создания собственного сайта, а также для ведения странички предприятия в социальных сетях нам потребуются услуги фотографа. Правильно сфотографированная продукция, показанная в хорошем ракурсе, обязательно привлечет клиента. Также в последствии на предприятии могут появиться новые изделия, как уже говорилось ранее, из медицинской клеенки. Такие изделия также требуют профессионализма от фотографа. Данный критерий особенно важен если будет страница в социальных сетях.

Таким образом, нами установлено, что постоянное изучение требований потребителей, сбор необходимой информации путем рассылок анкет, их анализ систематизация требований, пожеланий и предложений, рекламная деятельность, чет-

кая и налаженная взаимосвязь между отделами, и своевременная подача информации позволит оперативно принимать решения, направленные на успешную борьбу с конкурентами. При этом необходима постоянная работа над ассортиментом, качеством и ценой на новую продукцию. Своевременный анализ цен приводит к правильной ценовой политике.

Реализация представленных мероприятий по совершенствованию сбытовой деятельности предприятия позволит обеспечить необходимые условия для повышения конкурентоспособной продукции и ее продвижение на внутренний и внешний рынки.

Список использованных источников

1. Рыбалко, Ю.А., Запольский, М.И. Особенности и перспективы развития онлайн-продаж продовольственных товаров в Республике Беларусь / Ю.А. Рыбалко, М.И. Запольский // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы: с: сборник трудов XIV международной научно–практической конференции, УО ”Полесский государственный университет“, УО “Полесский государственный университет”, г. Пинск, 24 апреля 2020 г. / Министерство образования Рес-публики Беларусь [и др.]; редкол.: К.К. Шебеко [и др.]. – Пинск: ПолесГУ, 2020.С.126 – 127.

2. Что такое SEO?[Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.i-media.ru/seo/searchengineoptimization/> – Дата доступа: 05.05.2020

3. Что такое таргетинг? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://gravitec.net/ru/blog/chto-takoe-targeting-kak-rabotaet/> – Дата доступа 08.05.2020