

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Учреждение образования
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАТИКИ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ

УДК 658.51

ПОПОВ
Дмитрий Олегович

**КРЕАТИВНЫЕ МЕТОДЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СБЫТОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

АВТОРЕФЕРАТ

на соискание степени магистра экономических наук
по специальности 1-25 80 04 «Экономика и управление народным
хозяйством»

Научный руководитель
Беляцкий Николай Петрович
доктор экономических наук,
профессор

Минск, 2015

ВВЕДЕНИЕ

В хозяйственной деятельности коммерческой организации основными вопросами являются закупки, маркетинг и сбыт продукции. Система сбыта товаров - ключевое звено маркетинга и своего рода финишный комплекс во всей деятельности фирмы по созданию, производству и доведению товара до потребителя. Собственно, именно здесь потребитель либо признаёт, либо не признаёт все усилия фирмы полезными и нужными для себя и, соответственно, покупает или не покупает ее продукцию и услуги.

Работа предприятий в новых экономических и рыночных условиях предполагает реструктурирование всех функциональных сфер деятельности хозяйствующих субъектов, но главным образом это касается сферы сбыта. При наличии жесткой конкуренции главная задача системы управления сбытом — обеспечить завоевание и сохранение организацией предпочтительной доли рынка и добиться превосходства над конкурентами. Сбыт продукции должен рассматриваться под принципиально иным углом зрения — через призму рыночного спроса и предложения.

Под сбытом следует понимать - комплекс процедур продвижения готовой продукции на рынок (формирование спроса, получение и обработка заказов, комплектация и подготовка продукции к отправке покупателям, отгрузка продукции на транспортное средство и транспортировка к месту продажи или назначения) и организацию расчетов за нее (установление условий и осуществление процедур расчетов с покупателями за отгруженную продукцию). Главная цель сбыта - реализация экономического интереса производителя (получение предпринимательской прибыли) на основе удовлетворения платежеспособного спроса потребителей.

Актуальность выбранной темы обусловлена, прежде всего, тем, что маркетинг, являясь одной из решающих составляющих деятельности современной рынка, в тоже время является и наиболее уязвимым, слабо освоенным звеном этой деятельности. Сбыт, как ключевое звено маркетинга, отвечает за удовлетворение экономического интереса рынка. В связи с этим в данной работе рассматриваются вопросы совершенствования сбытовой деятельности с использованием маркетинга. Объектом исследования является рынок товаров медицинского назначения на примере коммерческой организации ООО «Аксиома торговли». Предмет исследования - сбытовая деятельность на исследуемом рынке.

Целью исследования является развитие теоретико-методологических и практических основ совершенствования сбытовой деятельности рынка товаров медицинского назначения Республики Беларусь.

Поставленная цель определяет главные задачи:

- рассмотрение теоретических аспектов сбытовой деятельности;
- анализ состояния и деятельности ранка товаров медицинского назначения;
- анализ конкурентной среды, потребительского и ассортиментного портфеля, маркетинговой активности исследуемого рынка;
- разработка и внедрение креативных методов совершенствования сбыта.

В процессе написания работы использовались справочные материалы и стандарты, научная литература по теме диссертации, а также материалы, собранные во время работы в организации (бизнес-план развития на 2014-2015 гг.; организационная структура; бизнес-процессы построения систем логистики, закупок, маркетинга, сбыта; система мотивации торгового персонала).

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Связь работы с крупными научными программами (проектами), темами. Диссертационное исследование выполнено в рамках следующих научных программ: Государственная программа «Перечень потребительских товаров, предлагаемых для освоения их производства, выпуска импортозамещающей продукции и развития ассортимента с учетом конъюнктуры рынка в 2015 году»

Цели и задачи исследования: Целью исследования является развитие теоретико-методологических и практических основ совершенствования сбытовой деятельности на рынке товаров медицинского назначения Республики Беларусь.

Поставленная цель определяет главные задачи:

- рассмотрение теоретических аспектов сбытовой деятельности;
- анализ состояния и деятельности рынка товаров медицинского назначения;
- анализ конкурентной среды, потребительского и ассортиментного портфеля, маркетинговой активности исследуемого рынка;
- разработка и внедрение креативных методов совершенствования сбыта на рынке товаров медицинского назначения.

Новизна полученных результатов: Научная новизна состоит в развитии теоретических положений и разработке обоснованных рекомендаций совершенствования сбытовой деятельности на рынке товаров медицинского назначения.

Наиболее существенными результатами, содержащими новизну, являются следующие положения.

Положения, выносимые на защиту: 1) Организация белорусского производства подгузников позволит перераспределить сбыт на рынке товаров гигиенических средств, сократить отток иностранной валюты, в свою очередь производитель получит поддержку государства и прибыль.

2) Сбыт гигиенических средств в сегменте учреждений социального обслуживания (домах-интернатах) является перспективным направлением сбыта, в силу растущего спроса на данный вид продукции.

3) Организация фирменной торговли товарами медицинского назначения, позволит вывести рынок на новый уровень развития, сократить канал сбыта, и как следствие издержки и рыночную стоимость товара. Потребитель получит качественный товар и сервис.

Личный вклад соискателя ученой степени. Диссертационное исследование является научным трудом, выполненным автором самостоятельно на основе изучения и обобщения достижений отечественной

и зарубежной экономической науки по данной проблематике. Все теоретические положения, содержащиеся в диссертации и выносимые на защиту, имеют определенную научную новизну, практическую значимость и разработаны соискателем лично.

Структура и объем диссертации: Диссертация состоит из трех основных частей:

Обзор литературы по теме диссертации, в рамках которого рассмотрены теоретические аспекты сбытовой деятельности.

Исследовательский раздел, который основан на изучение деятельности рынка товаров медицинского назначения на примере конкретного предприятия.

Практическая часть, в которой предложены креативные методы совершенствования сбытовой деятельности рынка товаров медицинского назначения.

Объем диссертации 66 с., 17 рис., 6 табл., 26 источников, 1 приложение, 12 слайдов презентации.

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе магистерской диссертации рассмотрены теоретические аспекты сбытовой деятельности. Раскрыты такие понятия как сбыт, каналы сбыта, роль сбыта в деятельности современного рынка и предприятия, рассмотрены существующие приёмы, и методы стимулирования сбыта.

Теория, собранная по теме исследования подчеркивает, что в современных рыночных условия необходимо модернизировать систему сбыта, внедрять технологии, апробированные зарубежным опытом.

В аналитической части диссертации рассмотрены экономические показатели деятельности на рынке товаров медицинского назначения на примере деятельности ООО «Аксиома торговли». Данные деятельности организации отражают перспективы развития рынка, покупательскую активность и портрет самого покупателя. Как на любом потребительском рынке рынок товаров медицинского назначения подвержен всем законам маркетинга и требует такой же активности со стороны игроков на рынке. Помимо того, что рынок медицинских товаров и услуг является одним из самых востребованных, он также является доходным. Несмотря на то, что торговую надбавку и стоимость на рынке контролирует Министерство торговли и здравоохранения, и максимальная надбавка на определенные группы товаров не должна превышать более 23%, рынку присуща быстрая оборачиваемость и большие объемы товарооборота.

В третьей главе диссертации предложены теоретико-методологические способы совершенствования сбытовой деятельности для рынка товаров медицинского назначения. Предложения по совершенствованию сбытовой деятельности носят следующий характер:

1) Организация белорусского производства гигиенических средств для взрослых (подгузники, урологические вкладыши, впитывающие простыни). Предложение попадает в государственную программу выпуска продукции отечественного производства, а также решит вопрос организации государственных закупок для бюджетных организаций по данной товарной категории.

2) Сбыт гигиенических средств в сегменте учреждений социального обслуживания (домах-интернатах) является перспективным направлением сбыта, в силу растущего спроса на данный вид продукции в данном сегменте рынка.

3) Организация фирменной торговли товарами медицинского назначения, позволит вывести рынок на новый уровень развития, сократить

канал сбыта, и как следствие издержки и рыночную стоимость товара. Потребитель получит качественный товар и сервис.

Предложенные методы экономически обоснованы и могут найти практическое применение на исследуемом рынке.

Библиотека БГУИР

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цель магистерской диссертации состояла в разработке креативных методов совершенствования сбыта на рынке товаров медицинского назначения (рост реализации готовой продукции, привлечение покупателей, завоевание новой ниши на рынке, рост товарооборота).

Данная цель была достигнута путём выполнения ряда задач.

- рассмотрены теоретические аспекты сбытовой деятельности;
- произведен анализ состояния и деятельности рынка товаров медицинского назначения;
- произведен анализ конкурентной среды, потребительского и ассортиментного портфеля, маркетинговой активности исследуемого рынка;
- разработаны креативные методы совершенствования сбыта на рынке товаров медицинского назначения.

В теоретическом разделе была рассмотрена сущность такого неотъемлемого показателя деятельности рынка и отдельных компаний как сбыт, роль и каналы сбыта, методы сбыта. Рассмотрены маркетинговые методы стимулирующие рост сбыта продукции.

В аналитическом разделе проведен анализ экономической деятельности рынка товаров медицинского назначения, анализ потребительской и конкурентной среды рынка.

Проведенный анализ показал, что рынок растет, однако для него характерен средний уровень доходности. Сфера медицинских товаров для здоровья является высококонкурентной, поэтому для игроков рынка важно развитие продуктового портфеля и бизнеса в целом, поиск новых каналов сбыта, активная маркетинговая политика. Все проведенные мероприятия должны привести к росту рынка, увеличению товарооборота и прибыли.

Игрокам на данном рынке необходимо работать над

- 1) формированием положительного имиджа в сознании потребителей;
- 2) снижением количества отрицательных отзывов клиентов по потребительским свойствам товаров и сервисам предлагаемым покупателям (на форумах в сети интернет, записей в книге жалоб и предложений)
- 3) разработкой, внедрением и продвижением новых продуктов на рынок.

В проектном разделе на основании результатов анализа и выявленных при этом недостатков в системе сбыта, разработаны предложения, направленные на совершенствование сбытовой деятельности в отрасли.

- организация отечественного производства гигиенических средств для взрослых

— сбыт гигиенических средств отечественного и импортного производства в домах-интернатах

— организация фирменной торговли товарами медицинского назначения

Предложенные методы сбыта могут найти практическое применение и вывести рынок товаров медицинского назначения Республики Беларусь на новый уровень развития.

Библиотека БГУИР