

Список использованных источников

1. Цыкунов, И. В. Международные таможенные отношения: конспект лекций / И. В. Цыкунов, Ю. Л. Грузицкий. – М., 2013.
2. Интернет-портал Белтаможсервис [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.declarant.by/>. – Дата доступа: 17.04.2014.

О. М. Ранчинская

Научный руководитель – Н. Л. Трушкевич
БГЭУ (Минск)

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКОВ СБЫТА

Изучение рынков сбыта – ключ к успешной деятельности любого промышленного предприятия. Подробное и кропотливое исследование рынка сбыта напрямую влияет на эффективность деятельности предприятия на рынке.

Для обобщенного и комплексного анализа рынков сбыта ОАО «Мозырсьоль» воспользуемся алгоритмом, который объединит несколько методов исследования рынков [1].

- 1) ABC-анализ по показателю объема реализации;
- 2) анализ динамики объема реализации;
- 3) анализ рынков группы С экспертами и выбор наиболее перспективного из них.

После проведения ABC-анализа было выявлено, что наиболее важными с точки зрения объемов реализуемой продукции для ОАО «Мозырсьоль» являются рынки России и Беларуси. Представители группы В, в частности, рынки соли Украины, Литвы и Латвии, на которые приходится около 10 % всей реализуемой продукции, – группа рынков, которые обеспечивают хорошие стабильные продажи и прибыль. Группа С, представленная рынками Казахстана, Румынии, Кыргызстана и др. – наименее важная группа рынков, на них приходится менее 5 % реализуемой ОАО «Мозырсьоль» продукции.

Проанализировав динамику изменения объемов реализуемой продукции за последние три года на рынках, которые по итогу ABC-анализа попали в группу С, было выявлено несколько рынков с тенденцией к увеличению объема реализуемой продукции: Казахстан, Монголия, Таджикистан и Армения.

Трем экспертам было предложено оценить рынки сбыта ОАО «Мозырсьоль» Казахстана, Монголии и Таджикистана по заданным параметрам. Рынок Армении был исключен из дальнейшего анализа, так как объемы реализации совсем незначительные в масштабе предприятия. После подсчета средних оценок по каждому критерию построим радар привлекательности рынков сбыта.

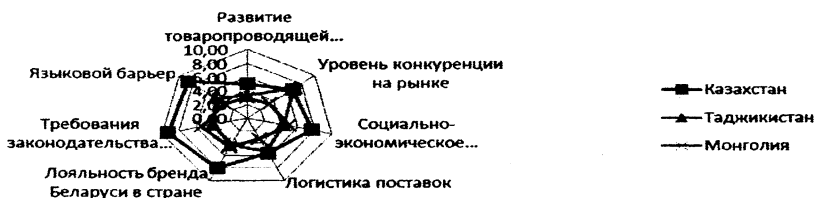


Рис. 1. Радар привлекательности рынков сбыта ОАО «Мозырьсоль»

Примечание. Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.

Из рис. 1 видно, что по всем выбранным параметрам рынок Казахстана опережает другие рынки. Для подтверждения и уточнения данной теории рассчитаем индексы привлекательности рынков.

Индекс абсолютной привлекательности подтвердил, что наиболее высоко эксперты оценили рынок сбыта Казахстана. Индекс относительной привлекательности показывает, что рынок соли Казахстана привлекательнее для развития сбыта, чем рынок Таджикистана, на 59 %, и на 70 % привлекательнее рынка Монголии.

Таким образом, для увеличения объема реализации предприятию ОАО «Мозырьсоль» необходимо:

1. Жестко контролировать, четко прогнозировать и часто мониторить рынки России и Беларуси.
2. Поддерживать существующий уровень развития рынков Украины, Литвы и Латвии.
3. Активно развивать рынок Казахстана.

Список использованных источников

1. Кеворков, В. В. Политика и практика маркетинга на предприятии: учеб.-метод. пособие / В. В. Кеворков, С. В. Леонтьев. – М., 1999.

А. В. Рубаник

Научный руководитель – кандидат экономических наук В. С. Протасеня
БГЭУ (Минск)

СПОСОБЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЗАО «АТЛАНТ»)

В последние годы одновременно с возрастанием роли маркетинга повысилась роль маркетинговых коммуникаций. Уже недостаточно иметь хорошие товары и услуги – для увеличения объемов их продаж и получения прибыли нужно донести до сознания потребителей выгоды от их использования [1, с. 211].