

- стимулирование специалистов отдела маркетинга и сбыта, используя такие приемы стимулирования, как присуждение очков, определенное количество которых можно обменять на ценные подарки (за каждый дополнительный заказ специалист получает определенное количество очков); система досье, т.е. поощрение за количество интеллектуальных разработок и идей.

Предложенные рекомендации по совершенствованию системы стимулирования сбыта можно предложить и для других белорусских производителей, которые имеют такие же недостатки.

*Т.О. Шепелевич*  
Филиал БГЭУ (Бобруйск)

### ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ТАИМ»

ОАО «Бобруйский завод тормозной аппаратуры и механизмов» (ТАИМ) является специализированным заводом по производству тормозной аппаратуры и механизмов для автомобильной, автотракторной и сельскохозяйственной техники. Продукция ОАО «ТАИМ» представлена на белорусском, российском, украинском рынках, а также в Латвии, Литве, Польше. Основными потребителями ОАО «ТАИМ» по линии кооперации являются РУП «МАЗ», РУП «Могилевтрансмаш», РУП «Гомсельмаш».

Проведем анализ реализованной продукции ОАО «ТАИМ» (см. таблицу).

Реализация продукции ОАО «ТАИМ» за 2004 и 2005 гг.

Реализованная продукция	2004 г.	2005 г.	Темп роста
Кооперация	29 360 471	42 758 787	145,63386
Маркетинг			
Всего	7 439 682	8 811 532	118,43963
Россия	4 390 896,6	4 328 759	98,584854
Украина	430 540,8	603 821,8	140,24729
Белоруссия	2 558 046,5	3 745 745	146,4299
Латвия	23 904,1	62 681,6	262,22113
Литва	36 294,2	70 524,8	194,31424
ТНП			
Всего	2 017 352,1	2 542 910	126,05186
Россия	222 634,5	426 871,3	191,73637
Белоруссия	1 223 763	2 116 038	172,91241
По регионам:			
Россия	4 611 259,8	4 756 736	103,1548
Украина	430 540,8	603 821,8	140,24729
Белоруссия	33 730 564	48 619 463	144,14068
Литва	23 904,1	62 681,6	262,22113
Латвия	36 294,2	70 524,8	194,31424
Итого	38 832 579	54 113 227	139,35007

Как свидетельствует анализ товародвижения последних лет, объем заявок белорусских потребителей напрямую зависит от финансово-экономического положения и не всегда стабилен. Это может вносить изменения в планируемые объемы реализации товаров по линии кооперации. Согласно проведенному анализу, конъюнктура рынка предполагает определенный подъем производства основных потребителей на 45,6 %.

Таким образом, результаты маркетинга и имеющиеся прогнозы не предполагают серьезных изменений в емкости рынка в разрезе поставок продукции по линии кооперации, а при отсутствии внезапных форс-мажорных обстоятельств имеется уверенность в стабильной работе завода по линии кооперации в ближайшие годы и в выполнении объемов производства для этой категории потребителей. В то же время, тщательное исследование рынка и установление деловых контактов с рядом российских фирм и предприятий позволили достигнуть роста реализации товаров народного потребления (ТНП) в 2005 г. на 91,7 %, что позволяет предположить рост экспортных поставок в 2006 г.

В 2005 г. по отношению к 2004 г. за счет освоения новых видов продукции на предприятии, а также за счет увеличения заявок основного потребителя – РУП «МАЗ» – рост объемов реализации составил 46,4 %.

В связи с улучшением качества выпускаемой продукции и снижением себестоимости в результате уменьшения закупки сырья у зарубежных поставщиков, продукция стала больше пользоваться спросом в Латвии (на 162,2 %) и Литве (на 94,3 %).

Таким образом, реализация продукции в общем по предприятию за 2005 г. выросла на 39,5 %. На основании изложенного выше, основными задачами предприятия на ближайшие годы являются:

- расширение рынков сбыта в СНГ за счет их тщательного исследования и установления хозяйственных связей с потенциальными потребителями;
- завоевание максимально возможной доли рынка в странах СНГ посредством предоставления потребителям высококачественной, надежной тормозной аппаратуры и механизмов по имеющейся номенклатуре и новых видов изделий;
- максимальное удовлетворение спроса населения на ТНП;
- создание устойчивого имиджа предприятия как высоконадежного партнера, неукоснительно выполняющего договорные обязательства, постоянно работающего над модернизацией своей продукции.