

С. А. Саєрас, П. И. Борисенко
Республика Беларусь, Гродно

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВОГО КОНСАЛТИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Белорусская социально ориентированная экономика в последние годы претерпевает серьезные изменения. Активная позиция органов власти по перепрофилированию предприятий и национальной экономики на инновационный путь развития – это залог системного характера преобразований. Очевидно, что на микро- и макроуровне постепенная адаптация к рыночным механизмам функционирования жизненно необходима. Способность производить определенный товар – это лишь один из этапов экономического цикла, но очевидно, что только реализация является определяющей в силу принципов расширенного воспроизводства. Для организаций Республики Беларусь важно производить продукцию, которая будет востребована на конкретном рынке. Экспортная направленность является приоритетной в силу ограниченного размера внутреннего рынка, а также для достижения стабильной ситуации на валютном рынке.

Производство товаров, оказание услуг и их потребление являются движущей силой современной экономики. В то же время, не существует универсальных подходов: для различных рынков и групп товаров приоритет могут иметь качество товара, его цена, ассортимент, репутация производителя и т. д. Нынешние экономические реалии подтверждают тот факт, что все большее значение в процессе изготовления и реализации товаров занимают маркетинг и его инструменты.

«Затоваренность» складов для белорусских производителей уже стала в определенной степени обыденностью. «Проблема складов» в экономике из года в год повторяется, но в разных масштабах. У одних предприятий склады постепенно разгружаются, а у вторых в свою очередь происходит обратный процесс [1].

Проблема превышения объема продукции на складах и снижением темпов реализации имеет долгосрочный характер. Однако основная сложность состоит в поиске решения данной проблемы. Так, с одной стороны, отечественным предприятиям нужны высококвалифицированные специалисты в об-

ласти маркетинга, которых не всегда хватает. Также следует отметить, что не у всех хозяйствующих субъектов имеется возможность держать огромный штат сотрудников. Необходимо учитывать и недостаточное развитие собственных решений предприятий в процессе управления запасами. В данной сфере характерно, прежде всего, использование моделей, связанных с зарубежным опытом (модели ABC, модель XYZ и т. д.). Этот негативный фактор также дополняется и проблематикой в сфере разработки и реализации стратегических конкурентных преимуществ. Очевидно, что выпускаемый товар должен быть востребован, таким образом, существует необходимость в формировании системы продвижения и доведения товара до конечного потребителя. Подобные негативные особенности выявляют то обстоятельство, что отечественные предприятия нуждаются в совершенствовании маркетинговой составляющей их функционирования. Прослеживается прямая взаимосвязь между недостатками, выявляемыми в процессе управления запасами, и маркетинговой стратегией предприятия. В связи с этим существует объективная необходимость обращаться в консалтинговые фирмы, где работают опытные профессионалы, что может позволить отечественным предприятиям постепенно перейти на инновационный путь развития.

Исследования рынка консалтинговых услуг проводились на основе следующих принципов:

- Основным источником данных рассматривались специализированные сайты, в которых имеются сведения по белорусскому бизнесу (включая консалтинговые фирмы), так как это наиболее удобный и доступный способ получения сведений об организации и предлагаемых ею видах услуг [2; 3]

- Анализ осуществлялся по данным консалтинговых фирм города Минск, то есть в качестве определяющего не рассматривался территориальный фактор, так как основная доля консалтинговых организаций располагается в столице. Региональное предложение консультационных услуг в сфере экономики и управления не является достаточно репрезентативным для проведения исследования.

Анализ позволил выявить тот факт, что около 55 % фирм Минска из рассмотренной выборки (70 организаций) предлагают услуги по маркетинговому консалтингу. В современной экономической ситуации консалтинговые услуги по маркетин-

гу являются самыми широко предлагаемыми в Минске. В то же время необходимо отметить стремление к диверсификации в отношении характера предоставляемых услуг. В целом предлагаемые маркетинговые услуги укрупнено можно разделить следующим образом:

- (ставшее уже традиционным) проведение комплексных маркетинговых исследований различного рода (отраслевых рынков, конкурентов, территорий и др.);
- разработка стратегии маркетинга, концепции маркетинга, программы продвижения;
- реструктуризация службы маркетинга (отдела продаж), корпоративное обучение, подбор персонала и иное, связанное с повышением эффективности работы сбытовиков;
- организация и построение интернет-маркетинга, создание и продвижение сайтов;
- (все более развивающиеся в последние годы) бренд-консалтинг, услуги по неймингу и формированию фирменного стиля.

Консалтинговые фирмы тесно сотрудничают с промышленными предприятиями как частной, так и государственной форм собственности, что подтверждается реализованными проектами, указанными на интернет-ресурсах соответствующих субъектов предпринимательской деятельности.

Проведя дополнительный анализ действующих на рынке консалтинговых фирм, предлагающих услуги в области маркетинга, а также причин низкого спроса на отдельные позиции продукции белорусских промышленных предприятий, нами были сделаны несколько заключений и предположений относительно распространения маркетингового подхода:

- качественный уровень предлагаемых услуг не всегда соответствует запросам предприятий-потребителей и экономики в целом (особенности производственного планирования в организациях не сочетаются с предлагаемыми маркетинговыми моделями);
- предприятия-потребители сами не имеют возможности реализовать потенциал, заложенный в идеях, предложениях консалтинговых фирм;
- определенные группы предприятий (даже находясь в затруднительном экономическом положении) недооценивают преимущества использования консалтинговых фирм и формирования маркетинговой стратегии на основе сотрудничества со сторонними организациями.

Маркетинговый консалтинг имеет определенный преимущества, потенциал которых может быть востребован субъектами хозяйствования. Одним из важнейших является формирование системы управления запасами и согласование ее с разработанной маркетинговой стратегией в организации. Кроме того, степень важности и необходимости маркетингового консалтинга для отечественных субъектов хозяйствования (особенно государственной формы собственности) значительно повысится, так как белорусская экономика все более переходит на функционирование в системе рыночных отношений.

Таким образом, можно сделать вывод, что у белорусских организаций имеется два очевидных выхода в решении проблемы с производством и продвижением своих товаров: создание системы управления запасами и маркетинговой стратегии, исходя исключительно из возможностей привлечения штатных сотрудников; либо использование услуг консалтинговых компаний, способных предложить как независимую оценку экономического потенциала организации, так и варианты наилучшей адаптации к изменяющейся ситуации на рынке.

Список использованных источников

1. Запасы складов: бюстгальтеров запасли на 4 месяца, самосвалов – на год // Новости tut.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tut.by/economics/449474.html>. – Дата доступа: 04.08.2015.
2. Консалтинговые компании и услуги в Беларуси // Справочник предприятий Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spr.by/all/konsaltingovie-kompanii-i-uslugi>. – Дата доступа: 04.08.2015.
3. Консалтинг – каталог Минска // Белорусский портал «Infox.by» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://list.infox.by/subsection-6>. – Дата доступа: 04.08.2015.

А. А. Сидорова
Украина, Донецк

ИННОВАЦИОННЫЙ БЛОК В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ И ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМАХ ВУЗА

Современное общество уникально тем, что его характеризует исключительно быстрое развитие информационных и

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°. 167

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by> elib@bseu.by