

Другой причиной развития фирменных магазинов является необходимость ускорения оборота товарных и денежных ресурсов промышленных предприятий.

Наряду с выполнением коммерческих и технологических функций, фирменные магазины призваны осуществлять и социальные: обеспечение высокого уровня торгового обслуживания населения, реализация в широком ассортименте товаров, производственных учредителем, а также сопутствующих товаров, внедрение прогрессивных форм и методов организации торговли; изучение покупательского спроса, подготовка предложений учредителю по обновлению ассортимента товаров, улучшению их качества и повышению конкурентоспособности.

Задачи фирменной торговли обусловлены ее целями и включают в себя:

- изучение конъюнктуры рынка;
- изучение и формирование спроса на товары;
- эффективное воздействие на проводимую работу по обновлению, улучшению ассортимента и повышению качества товаров;
- обеспечение высокой культуры обслуживания, предпродажной подготовки товаров, доставки их покупателям, сборки и установки изделий в случаях, предусмотренных нормативными актами, проведение консультаций и оказание других услуг;
- внедрение прогрессивных торгово-технологических процессов с учетом достижений науки, техники, передового зарубежного и отечественного опыта;
- осуществление рекламы товаров.

<http://edoc.bseu.by>

Бурцева О.А.
УО БТЭУ ПК (Гомель)

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БЕЛОРУССКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МЕБЕЛИ

Высокий уровень конкуренции, характерный для современного рынка мебели Республики Беларусь, вынуждает отечественных производителей искать наиболее эффективные пути завоевания целевых сегментов, осваивая привлекательные рыночные ниши и максимально используя свои конкурентные преимущества.

Основными проблемами белорусских производителей мебели являются:

- значительный износ основных фондов;
- нежелание менеджеров брать на себя ответственность за инновации;
- нехватка оборотных средств у многих мебельных предприятий;
- потенциальное наличие неконкурентоспособного бизнеса в организации;
- невысокая конкурентоспособность производства, как по качеству выпускаемой продукции, так и по издержкам производства;
- размытость целевого рынка;
- несоответствие продукта потребностям покупателей.

В условиях относительного насыщения рынка мебели белорусским производителям приходится не только устранять первопричины своего сложного положения, но и активизировать свои силы, изыскивая наиболее эффективные пути использования конкурентных преимуществ, уделяя больше внимания действительным потребностям покупателей.