

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Коммерческая деятельность требует высокого профессионализма от работников коммерческих служб. Коммерческая работа должна строиться на плановой основе, что позволит предусмотреть все направления этой деятельности, персональную ответственность работников и получить позитивный конечный результат торговой организации.

Государственная политика в Республике Беларусь направлена на насыщение рынка продукцией отечественного производства. Вместе с тем, продукция отдельных товаропроизводителей не всегда является конкурентоспособной, и, закупая ее, торговые организации создают нереализуемые товарные запасы, хранение которых ведет к росту издержек обращения, снижению оборачиваемости оборотных средств. Поэтому при планировании и осуществлении оптовых закупок коммерческие работники должны решать важные задачи, обусловленные обеспечением качественных характеристик и количеством товаров, их ценами и многие другие. Существенной проблемой для торговых организаций является централизованное распределение. Этой мерой государство поддерживает отечественного производителя. Но в то же время эта поддержка ведет к снижению конкуренции между предприятиями-изготовителями.

Проведенное исследование позволило сделать следующие выводы и предложения:

- маркетинговые исследования в большинстве торговых организаций не планируются и, если проводятся, то на низком уровне, бессистемно. Целесообразно планировать коммерческую деятельность по следующим направлениям: маркетинговые исследования; закупочная деятельность, продажа товаров и ее рационализация. Каждое направление коммерческой деятельности должно быть детализировано и закреплено за конкретным исполнителем;

- потребность в товарах на планируемый период определяется, в основном, интуитивно, без необходимого обоснования, что приводит к ошибкам при закупках. Поэтому необходимо ежегодно разрабатывать прогнозы покупательского спроса и потребности в товарах народного потребления с использованием известных методов;

- закупки товаров по квотам имеют наряду с позитивным и негативное действие. Государственное регулирование взаимоотношений торговли с производителями товаров должно осуществляться путем совершенствования нормативно-правового и организационного обеспечения коммерческой деятельности;

- имеют место нарушения в оформлении договоров на поставку товаров. Поэтому необходимо разработать систему законодательной ответственности с указанием санкций за нарушения в оформлении договоров и их исполнение;

- оптовые посредники не в полной мере отвечают предъявляемым покупателями требованиям, особенно в отношении предоставления им различного рода услуг. В этой связи следует повысить эффективность работы посредников.

Задачи, связанные с реализацией логистических подходов к функционированию рынка товаров народного потребления, требуют создания информационной инфраструктуры, позволяющей организовать, собирать и передавать информацию участникам системы распределения.

Не все организации торговли имеют соответствующее аппаратное и программное обеспечение для оперативного учета и анализа результатов коммерческой деятельности

по всем ее направлениям, что не позволяет своевременно реагировать на изменения рынка. Поэтому организациям торговли необходимо планировать переход на АСУ и создание банков коммерческой информации.

*Руденков В.М.  
УО БГЭУ (Минск)*

## **РОЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РАЗРАБОТКЕ И ВЫВОДЕ НОВОГО ТОВАРА НА РЫНОК**

Экономическая среда, в которой осуществляется деятельность по созданию новых товаров, характеризуется диалектическим единством и противоречивостью потребностей и средств их удовлетворения. Теряется монополия крупного бизнеса на разработку товарных нововведений, малые предпринимательские структуры становятся все более привлекательной формой организации инновационного бизнеса. Около половины всех нововведений в развитых странах создаются именно малыми и средними предприятиями, причем результативность этого процесса выше, чем в крупном бизнесе.

Однако эффективное осуществление систематической деятельности по разработке новых товаров собственными силами малого предприятия затруднительно, а зачастую невозможно из-за слабости ресурсной базы. Поэтому возникает потребность в специализированных организациях, основным видом деятельности которых является разработка новых товаров по заказам субъектов малого бизнеса. В рамках таких организаций становится возможным решать не только задачи, ограниченные конкретным заказом, но и совершенствовать методику своей деятельности посредством выявления закономерностей успешных нововведений на рынке, изучения перспективных потребностей систематических контактов с потребителями.

Достаточно развиты методические приемы разработки инновационных решений, среди которых мощным инструментом решения нестандартных задач является теория решения изобретательских задач. Она может применяться в двух сферах:

- собственно совершенствование товара;
  - создание деловых процессов по конструированию и реализации нового товара.
- Это области, в которые начинает проникать новая методология.

Продуктом предпринимательской структуры, действующей в сфере разработки новых товаров, является не просто набор идей по усовершенствованию товара, а комплекс решений, обеспечивающий сложившуюся производственно-коммерческую деятельность предприятия-заказчика. Процесс разработки новых товаров не может полностью реализовать свой потенциал, осуществляясь в рамках одной организации. Требуется специальные инфраструктурные институты, обслуживающие инновационный процесс, но уже в масштабах отрасли, территории или экономики в целом. Совокупность данных институтов образует соответственно отраслевую, регламентированную и национальную инновационную систему.

Можно выделить следующие типы институциональных звеньев инновационной системы:

- правовые нормы, регламентирующие инновационную деятельность, и программы развития инновационной системы, утвержденные органами исполнительной власти;
- специализированные организации и объединения, являющиеся средой протекания инновационных процессов;