

- изучение требований рынка к товару;
- изучение конъюнктуры рынка;
- исследование конкурентной среды;
- установление потенциальных возможностей торгового предприятия и его конкурентоспособности.

Создание системы информационного обеспечения коммерческой деятельности требует решения ряда проблем: унификации и стандартизации коммерческой информации; создания современной коммуникационно-информационной сети на основе компьютеризации и интернет-технологий; подготовки кадров и создания консалтинговых служб.

*Гуторова И. И.*  
*БТЭУ ПК (Гомель)*

### **ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Производителю, заинтересованному в эффективности сбыта своей продукции, прежде всего, необходимо оценить реальное положение дел и только на этой основе анализировать возможные варианты решений по продаже товаров. Сбытовая политика строится на основе упорядоченного анализа потребностей и запросов, восприятий и предпочтений, свойственных потребителям данной продукции. Потребности и запросы покупателей постоянно меняются, поэтому эффективная сбытовая политика должна быть направлена на постоянное обновление ассортимента и повышение разнообразия предлагаемых покупателям товаров. При эффективной сбытовой политике организация должна перестраивать свою деятельность быстрее и эффективнее, чем конкуренты, и так, чтобы при этом учитывались интересы, связанные с сохранением и повышением благополучия самой организации, потребителей и общества. Сбытовая политика должна быть увязана и во многом служить базой для разработки снабженческой, производственно-технологической, инновационной и финансовой политики организации.

Особенно актуальным становится продажа (поставка) товаров в кредит, как обычный способ ведения дел, так как предло-

жение кредитных услуг такого рода является средством конкуренции при привлечении клиентов. Практика коммерческого кредитования может способствовать ускорению оборачиваемости оборотных средств, так как создаются дополнительные возможности для сокращения запасов и реализации товарно-материальных цепностей, превышающих объективные потребности хозяйства; улучшению качества кредитно-расчетного обслуживания на основе расширения видов услуг и возможности большего выбора клиентом наиболее удобных форм кредитных отношений.

*Давидовская И. А.  
БГЭУ (Минск)*

## ПАРАМЕТРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ WEB-САЙТА

Коммерческие организации, пытаясь адаптироваться к происходящим изменениям в условиях возрастающей конкуренции, стремятся укрепить взаимоотношения с потребителями путем изучения потребностей и особенностей поведения потребителей. Конкуренция на многих рынках настолько высока, что коммерческие организации сталкиваются с проблемой удержания имеющихся потребителей, а не беспокоятся о приобретении новых.

Современный уровень развития информационных технологий сделал целесообразным процесс накопления больших объемов данных, и следовательно, обработку и использование этих данных для повышения эффективности работы коммерческих организаций.

К причинам, по которым коммерческие организации пытаются перенести бизнес в Internet, относятся: уменьшение издержек, связанных с торговыми площадями, рекламой, реализацией продукции и услуг, расширением рынка сбыта, сокращением времени на заключение сделки и оформление оплаты заказа или услуги.

В то же время большинство руководителей коммерческих организаций, как правило, не могут оценить эффективность работы Web-сайта. И хотя программное обеспечение позволяет собирать информацию о затратах и посещаемости их Web-сайта, отслежи-