

**Е.О. Долгая, А.Ю. Ярошевич**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — А.В. Владыко, канд. экон. наук, доцент*

## **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «ЖИВИНКА»**

Работа по закупкам товаров является основой коммерческой деятельности. Правильно организованная закупочная деятельность дает возможность сформировать оптимальный ассортимент в соответствии с требованиями покупательского спроса, а также обеспечить эффективную работу торговой организации. Для исследования возможных проблем в организации коммерческой деятельности объектом исследования было выбрано ОАО «Живинка».

В последние годы в организации результаты финансово-экономической деятельности ухудшились, а именно: выручка от реализации товаров снизилась на 34 тыс. руб.; рентабельность продаж в 2016 г. составляла 0,09 %, в 2017 г. — нулевая; себестоимость проданных товаров, работ, услуг снизилась на 9,6 % в 2017 г. по сравнению с 2016 г.

Важным фактором, влияющим на результативность и эффективность экономической деятельности, является обеспечение целенаправленной коммерческой деятельности. К основным недостаткам в проведении коммерческой работы исследуемого объекта можно отнести:

- несвоевременная поставка продукции;
- высокий удельный вес бракованной продукции;
- специфика договорной дисциплины и существующие ограничения по оплате товаров.

Для исключения таких проблем, как несвоевременные поставки и наличие бракованной продукции в поставляемой партии, необходимо заменить худшего поставщика лучшим.

Для ведения успешной договорной политики целесообразно использовать рейтинговый анализ, позволяющий принять решение о продлении договора с одним из поставщиков. На основе определенных критериев рассчитывается рейтинг поставщика. Высокий рейтинг поставщика свидетельствует о его преимуществе. Однако для расчета рейтинга может использоваться и другая система оценок, при которой более высокий рейтинг свидетельствует о высоком уровне отрицательных качеств поставщика. В этом случае преимущество следует отдать тому поставщику, который имеет самый низкий рейтинг. Для ОАО «Живинка» в результате замены поставщика с наименьшим рейтингом, себестоимость продукции снизится на 0,26 тыс. руб. по мясным полуфабрикатам, а рентабельность продаж возрастет до 0,12 %, т.е. на 0,03 п.п.

Так как процесс закупки, поставки, разгрузки занимает длительное время, то необходимо совершенствовать систему закупок, снижая затраты времени. С этой целью целесообразно внедрение многоуров-

новой системы поставок, при внедрении которой количество поставщиков у предприятия значительно сокращается, а также происходит снижение объемов входного контроля.

Организация продаж через дилерскую сеть предполагает установление партнерских отношений между производителем и клиентом. Став дилером, можно получить не только возможность приобретать качественную продукцию по конкурентоспособным ценам, но и полную маркетинговую, техническую поддержку и др.

Таким образом, основными направлениями эффективной коммерческой деятельности в ОАО «Живинка» выступают:

- проведение рекламной кампании;
- усиление договорной дисциплины;
- внедрение многоуровневой системы поставок;
- заключение партнерского соглашения с поставщиком.

### **Источники**

1. Торгово-закупочная деятельность : подборка законодательных и нормативных актов : в 2 ч. / сост. Г.И. Коротаев. — Минск, 2012. — 106 с.

**В.А. Дубов**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — С.Н. Лапина, канд. экон. наук, доцент*

## **БЕЛОРУССКАЯ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА КАК КРУПНЕЙШИЙ БИЗНЕС-СОЮЗ СОДЕЙСТВИЯ ИНТЕГРИРОВАНИЮ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ В МИРОВУЮ ХОЗЯЙСТВЕННУЮ СИСТЕМУ**

Белорусская торгово-промышленная палата (БелТПП) — добровольное объединение юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, являющееся негосударственной некоммерческой организацией, созданное в целях содействия развитию предпринимательской деятельности в Республике Беларусь, интегрирования ее экономики в мировую хозяйственную систему, создания благоприятных условий для упрочения внешнеэкономических связей субъектов предпринимательской деятельности с иностранными партнерами.

БелТПП и ее подведомственные предприятия оказывают более 60 видов услуг внешнеэкономического характера, среди которых организация бизнес-миссий за рубеж, прием иностранных делегаций в Республике Беларусь, организация национальных выставок за рубежом и выставок-ярмарок в Беларуси, переводы на 37 языков мира, патентно-лицензионные услуги, бизнес-образование, оценка недвижимости и др. Палата уполномочена проводить деловые мероприя-