

В Китае действуют четыре основных направления стимулирования занятости: поддержка массового (прежде всего, технологического) предпринимательства, увеличение числа вакансий для выпускников вузов, помощь в трудоустройстве сокращенных работников и перенос предприятий из развитых приморских провинций во внутренние регионы КНР. Повышению занятости и снижению уровня безработицы могло бы способствовать упрощение доступа к заемному капиталу для новых малых и микропредприятий, поддержка развития частного предпринимательства в регионах с высокой концентрацией госкомпаний, более тесная координация политики в сфере образования и рынка труда.

Согласно 13-му плану социально-экономического развития, властями КНР поставлена задача создать в городах как минимум 50 млн новых рабочих мест к 2020 году. В кратко- и среднесрочной перспективе социально-экономические шоки, вызванные масштабным ростом безработицы в КНР, будут в целом нивелироваться за счет создания новых вакансий в сфере услуг и обратной миграции уволенных рабочих-мигрантов в родные деревни. Кроме того, положительное влияние на ситуацию могут оказать реализация отдельных проектов за пределами КНР в рамках «Инициативы пояса и пути» и участие в них китайской рабочей силы.

А. Полякова

ПРОБЛЕМЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

Республика Беларусь относится к тем государствам, которые способствуют развитию экспортной деятельности своих предприятий и оказывают им финансовую помощь. Тем не менее существует ряд причин, которые препятствуют нашим производителям экспортировать продукцию на внешний рынок. Подробнее остановимся на проблемах в области экспортной деятельности кондитерской фабрики «Коммунарка», которая уже более ста лет является мировым брендом в сфере производства шоколадной продукции. Главное препятствие для осуществления внешнеторговой деятельности «Коммунарки» – высокая конкурентоспособность зарубежных предприятий, специализирующихся на кондитерской продукции, что вызывает необходимость создавать собственные заграничные сети, для укрепления своего бренда на мировом рынке.

Главные недостатки ОАО «Коммунарка» связаны с товарным ассортиментом и организацией коммуникационной политики, поэтапное и последовательное устранение которых позволит рационализировать ассортимент, усилить конкурентные позиции на зарубежных рынках. Информация о мировых тенденциях в кондитерской промышленности в обязательном порядке должна быть учтена при формировании ассортиментного перечня продукции, выпускаемой на экспорт.

Следующий аспект касается научно-технического развития предприятия и рекламной деятельности, которая является обязательным элементом успешного функционирования предприятий. Однако фабрика «Коммунарка» на протяжении своей деятельности представила всего пять рекламных роликов. Концепция ее маркетинга должна основываться на том, что вся деятельность предприятия, включая программы научно-технических исследований, производства, капиталовложений, финансы, использование рабочей силы, а также сбыт, базируется на современном состоянии потребительского спроса и прогнозировании его изменений и перспективе.

Таким образом, основными направлениями совершенствования внешне-экономической деятельности ОАО «Коммунарка» должны стать поиск новых зарубежных поставщиков сырья и материалов с целью повышения качества и снижения цены выпускаемой продукции, привлечение потребителей продукции на новых рынках, создание собственной товаропроводящей сети. Кроме этого, перспективным направлением представляется передача прав использования торговой марки предприятия либо создание новых торговых марок совместно с производителями и(или) возможными дилерами продукции ОАО «Коммунарка».

Е. Тарарако

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ И ЕГО РОЛЬ В ПРЕОДОЛЕНИИ КРИЗИСА ПРЕДПРИЯТИЯ ТОРГОВЛИ

В настоящее время предприятия торговли осуществляют деятельность в условиях кризиса, вызванного пандемией. Закрытие множества предприятий, режим самоизоляции населения, сокращение доходов и спроса, прекращение импортных поставок не могли не сказаться на предприятиях торговли. В этих условиях особую значимость приобретает бизнес-планирование, поскольку бизнес-план позволяет сформулировать краткосрочные и долгосрочные цели и задачи, провести корректировку задач, определить целевые рынки и произвести их оценку, а также наметить состав мероприятий в области маркетинга, рекламы, ценообразования и т.д. Пришло время обратиться к бизнес-плану, а точнее к разделу «Оценка рисков». Естественно, там не могут быть все ответы на возникшие сегодня вопросы, а также 100%-но правильные решения в сложившейся ситуации. Но взвешенные предложения могут значительно облегчить выбор правильного решения.

Проанализировав деятельность предприятия торговли РАЙПО, отметим, что сложившаяся ситуация мало отразилась на его деятельности, так как оно обслуживает по большей части сельское население, а жизнь там почти не изменилась в экономическом отношении. Сказывается также малая зависимость от импорта, так как реализуемая продовольственная продукция