

УДК 2.1

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ И СПОСОБЫ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

С.И. Михеева, магистрант

Научный руководитель – Л.Е. Совик, д. э. н., доцент

Полесский государственный университет

В условиях рыночной экономики предприятия сталкиваются с необходимостью самостоятельного регулирования политики в отношении цен, товаров, распределения продукции, организации

рекламных мероприятий, персонала. В последние годы произошло возрастание роли цены на продукцию и изменение отношения к ней. Процесс разработки ценовой политики относится к одному из наиболее сложных и ответственных разделов управления, основанных на изучении конъюнктуры рынка (уровней и динамики цен на продукцию, формы ценовой и неценовой конкуренции, применяемые на данном рынке) и анализе финансовых показателей деятельности предприятия. Эффективнее всего эти данные собираются на уровне, который максимально контактирует с рынком и непосредственно с потребителем. [1].

Менеджер по продажам – одна из наиболее популярных профессий, ведь именно этот специалист обеспечивает, по сути, финансовое благополучие компании. Основная задача такого менеджера – продажи товаров и услуг компании, расширение круга клиентов и поддержание партнерских отношений с ними. Большую часть своего рабочего времени специалист отдела продаж проводит в переговорах (телефонных или личных). В процессе общения менеджер приобретает бесценные знания и опыт. Но зачастую от большого количества информации менеджер не может структурировать информацию, которой он овладел, а тем самым не может в полной мере воплотить весь свой потенциал. [3].

До тех пор, пока все знания, умения, навыки не будут работать как единое целое и применяться в комплексе, то от них не будет никакого толку. Поэтому начинающим менеджерам рекомендуется вести дневник практики менеджера по продажам. В этом дневнике необходимо отмечать новые знания и навыки, описывать успешность их внедрения в рабочий процесс, степень их контролирования или естественности и легкости использования. Также в этом дневнике нужно анализировать проблемы, возникающие при использовании того или иного знания на практике, а также все достижения менеджера по продажам [2]. Однако настоящее время куда более удобно и эффективно использовать не бумажные носители, а их электронный аналог.

Исходя из мониторинга зарубежных компаний, можно сказать, что электронный менеджерский блокнот является важным элементом организации успешного бизнеса. Дневник позволяет менеджерам делать отметки о нахождении их в конкретной торговой точке, делать отметки о наличии или отсутствии какого-либо продукта в магазине и т.д.

Это позволит специалистам по продаже не загружать себя лишними бумагами, делать нужные им записи, просматривать записи других сотрудников, быстро обмениваться информацией, а также, что не менее важно, в случай смены работника, иметь полную информацию о заказчике, историю их работы с представительством, а так же иметь представление о возможных проблемах в работе, а значит и о решениях этих проблем.

На мой взгляд наиболее важными структурными элементами такого дневника будут являться разделы включающие в себя: сведения о контрагентах и точках реализации, данные о последних нововведениях конкурента, вертикальная и горизонтальная связь во всех направлениях внутри фирмы и представительства, список дел и др.

В процессе эксплуатации в список граф для заполнения могут быть внесены изменения в соответствии с желаниями менеджеров. Это позволит создать программный продукт с наиболее выгодными характеристиками, который будет удобен для пользования.

С помощью такого блокнота менеджеры смогут оперативно реагировать на любые изменения на рынке. Своевременно сообщать необходимую информацию в соответствующие отделы, а, если потребуется, начальству, для принятия необходимых управленческих решений.

На мой взгляд, цена и ценообразование являются важной составной частью хозяйственного механизма. Сам хозяйственный механизм представляет собой совокупность организационных структур и конкретных форм хозяйствования, методов управления и правовых форм, с помощью которых общество использует экономические законы с учетом складывающейся обстановки. В решении сложных методологических проблем ценообразования на современном этапе развития нашего общества огромную роль играет глубокое теоретическое осмысление роли и значения творческого характера труда, его содержания как субстанции стоимости и цены, материальных благ, коим и является менеджерский блокнот.

Список использованных источников

1. Воронова, Е.Ю. Концепция маржинального дохода: принятие решений / Е.Ю. Воронова //Аудиторские ведомости. – 2005. – № 11. – С. 55–61.
2. Герасименко, В. В. Ценообразование [Текст] : учеб. пособие для вузов по напр. "Экономика" – М. : Инфра-М, 2007. – 419 с.
3. Годин, А. М. Маркетинг : учебник для вузов – М. : Дашков и К, 2007. – 756 с.

4. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования. – М., 1996.