

6. Сампиев, А.А. Терроризм и глобализация // Закон и право. - 2011. - № 2. - С. 90-92.

7. Смеян, А.А. Основные концептуальные подходы к противодействию терроризму // Проблемы управления. - 2011. - № 4. - С. 148-153.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ

БЕКИШ Е.И., БОРОНОВСКИЙ П.Н.

Витебск, Международный университет «МИТСО»

ЛЕБЕДЕВА Е.Н.

УО «Витебский государственный технологический университет»

Сбытовая политика является одной из главных подсистем функционирования коммерческих предприятий. Организация и управление сбытом готовой продукции являются одним из наиболее важных элементов системы взаимодействия поставщика и потребителя как субъектов экономических отношений. На сегодняшний день объективно возникла необходимость постоянного совершенствования существующих сбытовых систем и разработки экономического механизма, позволяющего использовать эффективные рычаги управления сбытом товаров и услуг на отечественных коммерческих предприятиях [2, с. 357].

На протяжении 2014 года на предприятиях Республики Беларусь наблюдается уменьшение объемов промышленного производства. По итогам 2014 года темп роста объемов промышленного производства составил 95,2%. Соотношение запасов готовой продукции и среднемесячного объема производства на 1 января 2014 года составило 74,3% и увеличилось по сравнению с 01.01.2013 года на 17,8 п.п.

Совершенствование формирования сбытовой политики организации – это непрерывный процесс обоснования и реализации наиболее рациональных форм, методов, способов и путей ее создания (реструктуризации) и развития; рационализация ее отдельных сторон, контроль и выявление недостатков на основе непрерывной оценки соответствия системы контроля внутренним и внешним условиям функционирования организации [1, с. 37].

В каждой организации можно изменить к лучшему систему сбыта, исходя из внутренних и внешних условий и степени ее развития. Сбытовая политика организации служит базой для разработки ее снабженческой, производственно-технологической,

инновационной и финансовой политики.

Разработка сбытовой политики имеет целью определение оптимальных направлений и средств, необходимых для обеспечения наибольшей эффективности процесса реализации товара, что предполагает обоснованный выбор организационных форм и методов сбытовой деятельности, ориентированных на достижение намечаемых конечных результатов. Планирование сбытовой политики производственного предприятия предполагает решение задач в части определения и выбора товарной, ассортиментной, ценовой, коммуникационной, распределительной (в том числе товародвижения) и сервисной политики.

К основным элементам сбытовой политики относят следующие: транспортировка товаров; доработка товаров; хранение товаров; контакты с потребителями. К этапам формирования сбытовой политики относят: определение целей сбыта; выбор стратегии сбыта; отбор посредников и участников сбытовой системы; поиск путей осуществления успешного сотрудничества между участниками каждого канала распределения; разработка технологии контроля сбытовой деятельности в целом, по каждому каналу распределения и отдельным посредникам [3, с. 39].

Объектом исследования в данной статье является ОАО «Завод «Эвистор».

Анализ показал, что основные показатели производственно-хозяйственной деятельности ОАО «Завод «Эвистор» в исследуемом периоде имеют тенденцию к ухудшению, о чем свидетельствует сокращение чистой прибыли, рост затрат на 1 рубль произведенной и реализованной продукции, уменьшение среднесписочной численности работающих, уменьшение показателей рентабельности.

Служба сбыта в ОАО «Завод «Эвистор» представлена в структуре отдела маркетинга и внешнеэкономической деятельности. Этот отдел подчиняется главному инженеру, в своей работе руководствуется законодательством, планами, инструкциями и нормативно-технической документацией.

Работа службы сбыта тесно переплетается с деятельностью практически всех подразделений предприятия. Для реализации своих функций служба сбыта взаимодействует:

1. С экономическим отделом: по вопросам получения планов производства и реализации, проектов розничных цен на продукцию, предоставления общей информации о спросе на выпускаемую продукцию и др.;

2. С бухгалтерией: по вопросам получения данных о

движении, реализации, запасах продукции, нормативах на представительские, командировочные и рекламные расходы и др.;

3. Со складским хозяйством: по вопросам поступления готовых изделий на склад, по вопросам отгрузки готовых изделий заказчикам, вопросам наличия, размещения продукции на складах и др.;

4. С производственно-диспетчерской службой: по вопросам количества, ассортимента изделий, сроков и согласованности оформления документов при отгрузке продукции.

Стоимость запасов готовой продукции на складах предприятия уменьшилась по сравнению с началом 2012 года на 59,0%, что является положительным в сбытовой деятельности предприятия. Наибольшими темпами в 2013 году уменьшились запасы медицинской техники – на 85,5%, товаров народного потребления – на 74,7%, кроме того, сократились запасы комплектующих для сельскохозяйственной техники – на 56,7%, нестандартного оборудования – на 58,6%, промышленного оборудования – 9,2%.

Наибольший удельный вес среди остатков готовой продукции занимают комплектующие для сельскохозяйственной техники (25,5%), а также промышленное оборудование (35,3%). Анализ показал, что в ОАО «Завод «Эвистор» по косвенным показателям улучшилось качество выпускаемой продукции в 2013 году по сравнению с 2012 годом, о чем свидетельствует увеличение числа сертифицированной и новой продукции в общем объеме производства.

Ассортиментная политика ОАО «Завод «Эвистор» предполагает решение следующих наиболее важных задач: удовлетворение спроса конкретных групп потребителей; гибкое реагирование на требования рынка; обеспечение финансовой устойчивости предприятия. Также, при поддержании ассортимента в соответствии со спросом населения важную роль играет полнота, широта, глубина, устойчивость и новизна ассортимента товаров в магазине.

Основная специализация производственной деятельности ОАО «Завод «Эвистор» – производство комплектующих для сельскохозяйственной техники, изделий медицинской техники, а также услуги промышленного характера – изготовление деталей по межзаводской кооперации для промышленных предприятий Республики Беларусь.

Основные виды продукции:

- комплектующие для сельскохозяйственной техники (электромеханизмы типа МК-150, МК-150-01, МК-150-02, МК-150-03,

МК-150-06; стеклоочиститель СТ-240; привод стеклоочистителя МР-05, МР-05М, МР-05Г; электромагниты типа ЭМ 45-32 и ЭМ 1-32; электропривод вариатора вентилятора ЭВВ-1).

- медицинская техника (инкубатор открытого типа (кровать-грелка) ИОН-93 для выхаживания новорожденных детей; стол пеленальный с термообогревом СП-01 для размещения на нем новорожденного ребенка при проведении санитарной обработки, пеленания, осмотра, измерения роста и других процедур в родильных домах, больницах).

Необходимым элементом аналитической работы является анализ ассортимента. АВС-анализ – наиболее распространенный метод исследования, способствующий оптимизации ассортимента в розничной торговле.

Экономический смысл исследований в рамках АВС-анализа сводится к тому, что максимальный эффект достигается при решении задач, относящихся к группе А. Группа «А» и группа «В» содержат стратегические товары предприятия, которые пользуются спросом и приносят основную прибыль. Учитывая наличие постоянных покупателей в лице ОАО «Гомсельмаш», а также ОАО «МТЗ» для предприятия целесообразно увеличение объемов производства МК-150-03, МК-150-06, МР-05, укрепление партнерских отношений с существующими покупателями, максимальное сокращение брака, а также соблюдение сроков поставки.

АВС-анализ показал, что группа «А» в ОАО «Завод «Эвистор» (до 50%): МК-150-03 - товары, приносящие первые 50% результата ; «В» (от 50% до 80%): МК-150-06, МР-05 - товары, приносящие еще 30% результата; группа «С» (более 80%): ЭВВ-1, МК-150-02, МК-150, МР-05М, МК-150-01 - товары, приносящие остальные 20% результата.

В исследуемом периоде основным каналом сбыта продукции среди общего объема реализации предприятия является прямые договора поставки в Республики Беларусь – 90,5% и 89,8% соответственно в 2012 году и в 2013 году. В 2013 году наблюдается увеличение объемов продаж (в стоимостном выражении) через все имеющиеся каналы распределения на 66%, в том числе объем продаж на внутреннем рынке Республики Беларусь увеличился на 64,7%, экспорт в Российскую Федерацию – на 69,8%.

Для предприятия в настоящее время актуальным вопросом является поиск новых рынков сбыта для сокращения остатков запасов готовой продукции, загрузки производственных мощностей, роста продаж и получения прибыли.

В настоящий момент поиском новых заказчиков и новых

рынков сбыта продукции занимаются специалисты по сбыту отдела маркетинга и внешнеэкономической деятельности путем рассылки коммерческих предложений по факсу потенциальным заказчикам, в том числе и иностранным (Литва, Латвия, Польша, Германия, Великобритания, Чехия), а также размещением его в журналах. Кроме того, предприятие ищет потенциальных заказчиков для сбыта своей продукции путем рассылки прайс-листов по каталогу организаций, при этом веб-сайт организации не используется. Очевидно, что установленный порядок поиска партнеров является неэффективным, затратно-трудоемким, что привлекает дополнительные затраты и усилия работников отдела маркетинга и внешнеэкономической деятельности требует совершенствования.

В 2013 году увеличилось количество заключенных договоров с покупателями на 10 шт. или на 8,9%, что положительно отразилось на объеме реализованной продукции. При этом наблюдается увеличение годовой производительности труда работников службы сбыта – на 99 млн. рублей или 8,9%. Эффективность рекламной кампании ОАО «Завод «Эвистор» уменьшилась в 2013 году по сравнению с 2012 годом: темпы роста прибыли от реализации продукции значительно отстают от темпов роста затрат на рекламу.

В качестве мероприятий по совершенствованию формирования сбытовой политики в ОАО «Завод «Эвистор» представлены следующие: совершенствование веб-сайта организации; стимулирование работников службы сбыта; распродажа остатков готовой продукции.

Расчеты показали, что предложенные мероприятия в целом приведут к приросту выручки от реализации продукции на 1272,7 млн. руб.; прибыли от реализации продукции - на 276,4 млн. руб.; рентабельность реализованной продукции увеличится на 0,52 п.п.; рентабельность продаж увеличится на 0,42 п.п. Данные изменения результатов работы предприятия свидетельствуют о повышении эффективности сбытовой политики ОАО «Завод «Эвистор».

Литература:

1. Бурцев, В. В. Совершенствование системы управления сбытом продукции / В. В. Бурцев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2012. – №6. – С. 31 - 35.
2. Елисеева, Т. П. Экономический анализ хозяйственной деятельности / Т. П. Елисеева. – Минск: Современная школа, 2010. – 944 с.

3. Савицкая, Г. В. Анализ интенсивности и эффективности использования объемов производства и реализации / Г. В. Савицкая // Финансовый директор. – 2012. – №10. – С. 38 - 44.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ НА ОСНОВЕ КАДРОВОЙ ДИАГНОСТИКИ ЕЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*ПЕТРОВА Т.Э., научный руководитель БЕКИШ Е.И.
Витебск, Международный университет «МИТСО»*

Управление персоналом организации давно признано одним из основных аспектов эффективного управления хозяйствующим субъектом. Независимо от масштабов бизнеса и его организационно-правовых форм, эффективное управление персоналом становится залогом долговечности и успешности любого предприятия [2, с. 175]. Службы управления персоналом пока имеют низкий организационный статус, являются слабыми в профессиональном отношении. В силу этого они не выполняют целый ряд задач по управлению персоналом и обеспечению нормативных условий его работы. Если раньше, в условиях командно-административной системы, эти задачи рассматривались как второстепенные, то при переходе к рынку они выдвинулись на первый план, и в их решении заинтересована каждая организация [1, с. 337].

Управление персоналом занимает ведущее место в системе управления предприятием и считается основным критерием его экономического успеха [4, с.9].

Цель данной статьи - определение путей совершенствования управления персоналом в ОАО «ВЗЭП» на основе теоретических знаний и анализа управления персоналом в исследуемом предприятии.

Характеризуя эффективность работы организации в 2011-2013 годах было установлено, что: в 2012 году происходит улучшение производственных, коммерческих и финансовых показателей деятельности предприятия, а в 2013 году происходит постепенное ухудшение развития предприятия. Это подтверждается следующими данными:

На протяжении исследуемого периода наблюдаются высокие темпы роста производства продукции – в 2011 г. – 224,0%, 2012г. – 182,5%, 2013 году – 118,2.

Выручка от реализации в 2012 г. по сравнению с 2011 г. увеличилась на 181,2 а в 2013 г. по сравнению с 2012г. – 116,5%.