

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ В ОАО «ГРОДНЕНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»**

**Дегтяревич И. И., Дегтяревич Н. А.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»  
г. Гродно, Республика Беларусь

Повышение эффективности работы любого предприятия в значительной мере определяется организованностью системы управления. В процессе перехода к рыночной экономике возникает необходимость оптимизации организационной структуры управления предприятия, т.к. она должна обладать гибкостью, учитывать серьезную конкуренцию на рынке товаров и услуг, принимать во внимание требования к уровню качества обслуживания потребителей, рассматривать необходимость учета неопределенностей внешней среды. Следовательно, структура управления предприятия должна органически вписываться в рынок и меняться вместе с ним, а для этого важно обеспечивать постоянную адекватность внутренней структуры управления предприятия требованиям изменения внешней среды.

Как показал анализ структуры управления ОАО «Гродненский мясокомбинат», высшим органом управления является общее собрание акционеров, а непосредственно исполнительным органом – генеральный директор предприятия, которому подчиняются руководители девяти линейных подразделений. В состав этих подразделений входят определенные службы (отделы), связанные между собой в процессе достижения целей похожими функциями. При более детальном изучении маркетингового подразделения, которое возглавляет заместитель генерального директора по коммерческим вопросам, было выявлено, что такие отделы, как отдел внешнеэкономических связей и маркетинга (ОВЭСИМ) и отдел развития и маркетинга выполняют схожие функции, т. е. их работа в какой-то степени дублируется.

Схемы структур управления в данных отделах представлены на рис. 1 и рис. 2.

Как видно из рисунков, в двух отделах работают маркетологи и, как показали наблюдения, их рабочий день загружен не полностью. Следовательно, уплотнив рабочий день основными функциями для данных работников, можно объединить отдел внешнеэкономических связей и маркетинга и отдел развития и маркетинга в один, что позволит сократить численность работников этих служб на 3 человека.



Рисунок 1 – Схема структуры управления отдела развития и маркетинга

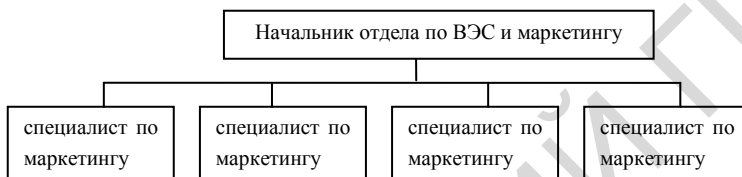


Рисунок 2 – Схема структуры управления отдела по внешнеэкономическим связям и маркетингу

Схема структуры управления такого объединенного отдела имела бы следующий вид (рис. 3).



Рисунок 3 – Схема структуры управления отдела внешнеэкономических связей и маркетинга

Данное совершенствование структуры управления позволило бы сократить число звеньев управления, повысить производительность труда управленческого персонала и сократить затраты на его содержание примерно на 312 млн. руб. в год.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Быкова А. Организационная структура управления. Изд. : ОЛМА-ПРЕСС Инвест, Институт экономических исследований. Серия: Успешный бизнес. ISBN 5-94848-070-4; 2003 г. – 160 с.
2. Жуков Б. М., Ткачева Е. Н. Исследования систем управления: Учебное пособие. Изд. : Дашковик, 2012 г., 207 с.